

Conditions d'accès et publics visés

Formation initiale

Le M1 est accessible :

- sur dossier de candidature et entretien, aux étudiants titulaires d'une licence en Tourisme ou en Commerce international. Un bon niveau de langues est exigé.

Le M2 est accessible :

- sur dossier de candidature et entretien, aux étudiants titulaires d'un M1 en formation touristique.

Formation continue

Des professionnels d'entreprises touristiques peuvent également faire acte de candidature dans le cadre de la validation des acquis (VAP85 et VAE).

Étudiants étrangers

La formation est ouverte aux étudiants étrangers justifiant d'une formation équivalente aux diplômes cités ci-dessus et d'une compétence attestée en français.

Les étudiants étrangers souhaitant candidater en M1 contacteront le Bureau d'Accueil des Étudiants Internationaux (BAEI) : aure.gontier@univ-lille3.fr

Critères de sélection

- Les diplômes obtenus,
- Le détail des activités professionnelles (stages et missions réalisées en France et/ou à l'étranger)
- La rédaction d'une lettre de motivation manuscrite exposant les raisons du candidat à suivre la formation

Modalités pratiques d'accès en M1 et M2

- **Dossier de candidature** téléchargeable à partir du 15 mars sur le site des LEA : <http://lea.formation.univ-lille3.fr>

+ **Formulaire simplifié de validation des acquis** à télécharger sur le site de Lille 3 pour les candidats n'ayant pas les titres ou diplômes requis et/ou ayant interrompu leurs études pendant 2 ans minimum.

- **Entretien** dont une partie se déroulera en anglais ou dans la langue étrangère souhaitée par le candidat.

Calendrier

- Remise du dossier de candidature en M2 pour le **15 MAI 2009** au plus tard

Capacité d'accueil : 30 places

Pour toute information pédagogique

Direction du Master

Laetitia GARCIA

laetitia.garcia@univ-lille3.fr

Pour toute information administrative

Sur le Master

Cora DAREM

cora.darem@univ-lille3.fr

Tél. : (33) 03 20 89 63 86

UFR Langues Étrangères Appliquées

Ilôt Crouy, 14 place Bodart Timal BP 447

59058 Roubaix cedex 1

Sur les procédures d'inscription administrative

<http://www.univ-lille3.fr/fr/futur-etudiant/>

Sur les procédures de validation d'acquis

Service Universitaire de Validation des Acquis et des Compétences (SUVAC)

Tél. : (33) 03 20 41 66 47

suvac@univ-lille3.fr

<http://www.univ-lille3.fr/fr/validation-acquis>

Sur la gestion de la Formation Continue : dossiers Congé individuel de Formation (CIF), Plan d'Aide au Retour à l'Emploi (PARE)

beatrice.bartier@univ-lille3.fr

Tél. : (33) 03 20 41 61 64

**Pour s'informer, s'orienter, aller vers l'emploi
SUAIO - Espace Accueil, Information, Orientation**

Maison de l'Étudiant, Entrée A8 - Tél. : (33) 03.20.41.62.46 - Fax : (33) 03.20.41.61.97 - sio@univ-lille3.fr
Horaires d'ouverture : lundi 14h00/17h00, mardi à jeudi 9h00/12h00 - 14h00/17h00, vendredi fermé
Fermeture : vacances de Noël, d'hiver, de printemps et au mois d'août

Université Charles-De-Gaulle - Lille 3

MASTER
Finalité Professionnelle

**ARTS LETTRES
LANGUES & COMMUNICATION**
Mention Langues, Cultures et Interculturalité

Spécialité :
Études des Langues
Étrangères Appliquées

Parcours :
**Tourisme : négociation,
commercialisation,
démarche qualité**



www.univ-lille3.fr

Année universitaire 2009/2010



Objectifs professionnels

Le Master Tourisme : négociation, commercialisation, démarche qualité forme :

- des négociateurs dans la conception des produits touristiques à l'échelle d'un territoire, capables d'intégrer les différentes cultures d'entreprises institutionnelles et/ou privées
- des responsables commerciaux de haut niveau dans le cadre du tourisme réceptif ou émetteur, le tout dans une démarche qualité permanente.

Objectifs pédagogiques

Multilinguisme : la formation est portée par l'UFR des LEA, ce qui garantit une très forte exigence et un niveau identique dans les deux langues étrangères pratiquées.

Approche du marché : analyse des nouvelles tendances du tourisme international (notamment tourisme durable) ; création et commercialisation des produits touristiques dynamiques.

Démarche qualité : prise en compte des apports et recommandations de l'Union européenne, notamment en matière de qualité (gestion intégrée de la qualité- préconisation de politiques nouvelles). Approche des procédures qualité (AFNOR-ISO-GIQ-SME)

Interculturalité : approche interculturelle auprès des fournisseurs et des clientèles tant au niveau d'un territoire avec l'apprentissage des différentes cultures d'entreprise qu'à celui de l'international avec l'approche de la négociation internationale.

Compétences acquises

- Capacité à intégrer les différentes cultures d'entreprise institutionnelles et privées ;
- Connaissances des nouvelles tendances du tourisme international (notamment tourisme durable) ;
- Excellente maîtrise de 2 langues étrangères ;
- Grande capacité de négociation avec des partenaires internationaux ;

- Capacité à gérer l'interculturel auprès des fournisseurs et des clientèles ;
- Maîtrise des procédures qualité (AFNOR, ISO, GIQ, SME).

Insertion professionnelle

Type d'emploi

- Négociateur dans la conception des produits touristiques à l'échelle d'un territoire
- Responsable commercial dans le cadre du tourisme réceptif (secteur privé/public)
- Négociateur chez un Tour Opérateur
- Responsable séminaire ou congrès dans un hôtel (3 ou 4 étoiles)
- Responsable qualité dans une structure touristique
- Chef de produits chez un autocariste
- Chef d'agence de voyages
- Chargé de relations suivi clientèles
- Chargé de clientèles en Palais des Congrès

Secteur d'activité

- Structures réceptives privées (agences, Tour-operator, autocaristes) ;
- Structures institutionnelles de commercialisation du tourisme : offices de tourisme et syndicats d'initiative ;
- Services Loisirs-Accueil ;
- Services tourisme des chambres d'agriculture ou des chambres du commerce ;
- Palais des congrès (organisation de séjours de congressistes) ;
- Services séminaires des hôtels moyen et haut de gamme (3 et 4 étoiles) ;
- Services tourisme des résidences hôtelières, des villages vacances ;
- Services SOFTE de Maison de la France à l'étranger.

Organisation de la formation

- Temps plein sur 2 années.
- La première année comporte 2 semestres de cours suivi d'un stage de 2 mois en entreprise.
- La deuxième année comporte un semestre de 15 semaines de cours suivi d'un stage d'une durée minimale de 5 mois.

Programme du Matser

Master 1

Semestres 1 et 2 (479h - 60 ECTS)	Volume horaire	ECTS
Langues vivantes : Anglais + au choix : allemand, espagnol, italien, néerlandais, russe, suédois • Civilisation • Version • Pratique de la langue	176 h	15
Évolution du marché du tourisme • Connaissances et outils d'appréhension du marché actuel (y compris les marchés émergents) • Tendances et évolution des pratiques touristiques. • Étapes et processus d'achats. • Acteurs et jeux d'acteurs	66 h	6
Environnement administratif et juridique • Environnement juridique de la commercialisation • Les acquis communautaires • Environnement fiscal international	44 h	6
Gestion et organisation de la relation de service touristique • Formes de commercialisation anciennes et nouvelles. • Création de bases de données. • Communication : acteurs, plan médias, évaluation	66 h	9
Environnement économique et fiscal • Analyse post-moderniste et évolution des comportements touristiques. • Analyse des processus émergents de nouvelles pratiques (tourisme durable...) • Processus marketing de développement d'une nouvelle offre de service	61 h	6
Ingénierie du montage de produits touristiques • Méthodologie de fabrication. • Analyse de coûts et gestion. • Communication institutionnelle (relations publiques, salons, événementiel)	66 h	6
Stage et projets (2 mois)		12

Master 2

Semestres 3 et 4 (390h - 60 ECTS)	Volume horaire	ECTS
Langues vivantes : Anglais + au choix : allemand, espagnol, italien, néerlandais, russe, suédois • Communication orale • Analyse de l'actualité : note de synthèse	60 h	6
Management de la performance globale • Certification du produit (Labels, normes, SME ...) • Démarche GIQ de l'UE (démarche qualité du territoire) • Gestion de la relation client (en termes de qualité) • Management du changement auprès des professionnels, auprès du personnel	105 h	9
Négociation et Communication • Management de l'interculturel • Gestion du risque au niveau des assurances et des clients • Communication de crise et perspectives	90 h	6
Mise en marchés de nouveaux produits • Argumentation commerciale • Nouvelles formes de commercialisation : e-tourisme et outils de recherche clientèles • Séminaires sur les modes de vente dynamiques. • Étude de cas	105 h	9
Stage (5 mois)		30

