

Master # Management des destinations touristiques

MENTION TOURISME

FORMATIONS / OBJECTIFS

Ce parcours propose une formation approfondie en techniques de gestion et de management assortie d'une spécialisation dans les divers secteurs de l'industrie du tourisme liés aux destinations et au tourisme réceptif.

L'objectif de cette formation est donc de proposer aux étudiants des outils et des compétences qui leur permettront de gérer toutes les facettes d'une destination touristique, de sa gouvernance et la gestion d'un écosystème complexe, à l'expérience client et l'élaboration de sa stratégie marketing.

Ce master vise à former des futurs managers dans divers secteurs de l'industrie touristique. Ils sont munis de compétences solides qui leurs permettent d'être opérationnels efficacement et rapidement en entreprise. Les diplômés du master Management des destinations touristiques s'insèrent rapidement dans le monde professionnel et sont reconnus comme étant force de proposition par leurs employeurs. Les compétences développées lors de cette formation permet aux diplômés d'évoluer rapidement vers des postes de niveau supérieur en France et à l'étranger.

PROFIL

Diplômés d'économie gestion, commerce, langues, tourisme, hôtellerie, événementiel...

Pré-requis nécessaires : Avoir une base en gestion et en management du tourisme et un réel intérêt pour l'industrie touristique éprouvé par des stages et des expériences dans le secteur touristique. Pratique de 2 langues étrangères - LV1 Anglais et LV2 Allemand, Espagnol et Italien (LV2 enseignée dans le cadre du master).

Pré-requis recommandés : TOEIC recommandé DELE (espagnol) ZD-ZMP-ZOP (allemand) CELI (italien).

MATIÈRES

En M1 : Stratégie social médias et nouveau marketing, Comportement du touriste, Relation presse et communication, E-marketing appliqué et CRM, Tourisme de patrimoine, Sustainable tourism, Stratégies E-tourisme et brand content, Heritage and interpretation, Management de l'innovation touristique, Growth hacking, Comportement du consommateur, Gestion de projets, Marketing des destinations touristiques...

En M2 : Communication touristique, Stratégie de marque, Pilotage de l'expérience touristique et UX design, Gouvernance des destinations, Event management concept, Event management applications, Tourism business game, Management des destinations touristiques, Marketing et design d'expérience, Intercultural management, Gestion financière d'entreprise, Digital strategy and business model canvas, New consumer trends...

ORGANISATION

Durée : 2 ans.

Projet consultant en M1 / Stage de 5 à 6 mois (avril-septembre) en France ou à l'étranger en M2.

DÉBOUCHÉS / MÉTIERS

Management d'unités touristiques, Management des destinations : Chargé de promotion, Chargé de communication, Attaché commercial, Chef de projet marketing, Management de la relation client, stratégie de marque d'une destination.

ATOUTS

- Une formation reposant sur un socle de compétences : managériales, professionnelles, internationales et expertise en tourisme.
- Des modules pédagogiques innovants, tels que jeux d'entreprise et mises en situation professionnelle.
- Une formation pilotée par un enseignant chercheur et un professeur associé qui font chacun bénéficier d'un réseau professionnel très riche.
- Une formation tournée vers l'international par plus de 40 échanges proposés dans une vingtaine de pays et plusieurs cours proposés en langue anglaise.

CONTACTS

- Isabelle Frochot
isabelle.frochot@univ-smb.fr
- Gregory Guzzo
gregory.guzzo@univ-smb.fr

LIEU DE LA FORMATION

IAE Savoie Mont Blanc, Jacob-Bellecombette (Chambéry).