

## **Guide de l'Étudiant**



**Licence Professionnelle Négociation-Commercialisation des  
Prestations Touristiques Spécialisées**

Économie, géographie, sociologie du tourisme (35CTLA01).....	3
Droit du tourisme (35CTLA02).....	6
Société, culture, institutions – Anglais (12CHAA03).....	7
Communication et Management Interculturel (35CTLB01).....	9
Le texte dans l'exposition (35BTEE01).....	11
Anglais Professionnel 1 (35CTLB02).....	12
Marketing Digital (35CTLC01).....	14
Les Multimédias (35CTLC02).....	17
Gérer un projet d'animation (35BTED01).....	19
Outils et dispositifs d'animation et de valorisation.....	20
La posture professionnelle (35CTLD01).....	21
Méthodologie et posture entrepreneuriales + Innovation dans le tourisme (35CTLD02, 36CTLD01).....	24
Analyse des marchés touristiques (36CTLA01).....	26
Enjeux de la destination touristique et la prestation touristique (36CTLA02).....	27
Comptabilité et Gestion (36CTLA03).....	28
Négociation commerciale (36CTLB02).....	29
Fondamentaux de la vente et de la prospection commerciale (36CTLB01).....	30
Gestion de la communication externe (36CTLB03).....	32
Gestion de la Relation Client (36CTLC01).....	33
Gestion des situations conflictuelles (36CTLC02).....	35
Anglais Professionnel 2 (36CTLE01).....	37
Design Fiction (36CTLD02).....	38

## Économie, géographie, sociologie du tourisme (35CTLA01)

**Nombre d'heures :** 18h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Anthony SIMON

### **Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :**

Le professionnel du tourisme se doit de maîtriser les savoirs fondamentaux relatifs au monde du tourisme et des loisirs, tout en étant en mesure d'exercer ses compétences en termes de relations avec les clients, de montage de la prestation touristique, de maîtrise de l'environnement entrepreneurial, de management de l'organisation et de gestion de l'information touristique.

### **Programme (le contenu du cours en détail) :**

Le tourisme est aujourd'hui la première activité économique du monde, générant nombre de visiteurs entre continents ainsi que des richesses fondamentales pour le développement des pays récepteurs. Le tourisme contemporain est largement lié à la pratique des vacances, mais on ne saurait le réduire à celles-ci. Il est lié à l'utilisation du temps libre en général. Élitiste à ses origines, il s'affirme comme un phénomène de masse et ses formes tendent à se diversifier.

Il présente alors plusieurs enjeux qui se combinent et apparaissent souvent contradictoires :

- des enjeux sociaux à travers la progression du temps libre et du taux de départ en vacances ;
- des enjeux économiques à travers la croissance des flux de touristes, les recettes et les investissements qu'ils supposent ;
- des enjeux spatiaux liés à la localisation des hébergements et des équipements touristiques ;
- des enjeux environnementaux avec la perspective des préceptes du développement durable appliqués à l'activité récréative.

En partant de cette problématique, les cours porteront sur :

### **LE CHAMP DU TOURISME**

1. Distinguer le loisir, les loisirs et les vacances
2. Définir le tourisme
3. Lister les multiples pratiques touristiques

### **ECONOMIE DU TOURISME**

1. Quantifier les flux touristiques internationaux
2. Apprécier les recettes et les dépenses du tourisme international
3. Evaluer la contribution du tourisme au développement économique

### **LOCALISER ET HIERARCHISER LE TOURISME DANS LE MONDE**

1. Les foyers et pôles touristiques traditionnels
2. Les foyers touristiques émergents
3. Les fronts pionniers touristiques

## **APPRECIER LA SITUATION DE LA FRANCE**

1. Le territoire et ses aménités touristiques
2. Les lieux du tourisme
3. Une destination majeure du tourisme international

## **CARACTERISER LES GRANDS TYPES D'ESPACES TOURISTIQUES**

1. Les espaces touristiques littoraux
2. Les espaces touristiques de montagne
3. Les espaces touristiques ruraux
4. Les espaces touristiques urbains

## **TOURISME ET PATRIMOINES**

1. Identifier les patrimoines
2. Se repérer dans les labels et les marques du tourisme
3. Mettre en relation le patrimoine avec son public

## **CADRE ORGANISATIONNEL ET ACTEURS DE L'OFFRE TOURISTIQUE**

1. Identifier les acteurs institutionnels du tourisme
2. Assembler les producteurs et distributeurs de voyages
3. Répertorier les entreprises de transports de touristes
4. Distinguer les hébergeurs touristiques
5. Situer les acteurs relevant du tourisme social et responsable

## **ENVISAGER LE TOURISME DURABLE ET SOUTENABLE**

1. Le contexte
2. L'émergence du concept de tourisme durable
3. Les composantes du tourisme durable

### **Modalités pédagogiques :**

La présentation des savoirs comprend les définitions des notions fondamentales et spécifiques au tourisme, des outils et techniques relevant du tourisme, ainsi que des conseils méthodologiques adaptés.

Chaque chapitre sera complété par des applications pratiques s'appuyant sur de nombreux cas concrets, afin de proposer aux étudiants un bilan intermédiaire des acquis.

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Évaluation écrite sous forme de questions à choix multiple, de définitions et de notions à restituer. Durée : 1h30.

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Cooper et Hall, *Le tourisme aujourd'hui - Une approche internationale*, De Boeck, 2011, 227 p.

Mesplier et Bloc-Duraffour, *Le tourisme dans le monde*, Bréal, 2015, 351 p.

Simon, *Tourisme. Fondamentaux et techniques*, Dunod, 2019, 328 p. Collection Techniques tertiaires.

Stock et alii, *le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Belin Sup, 2004, 204 p.

Unwto.org : site de l'Organisation Mondiale du Tourisme.

**Le parcours de l'enseignant.e :**

Agrégé de l'Université en Géographie, Anthony Simon est Maître de conférences en Géographie et Tourisme à l'Université Lyon 2. Il intervient notamment dans le master tourisme de l'UFR Temps et Territoires.

## Droit du tourisme (35CTLA02)

**Nombre d'heures :** 18h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Manon VIALLE

### **Description du cours :**

Le but est de permettre aux étudiants de connaître les fondamentaux en droit des contrats, droit public, droit social, droit des obligations et droit des sociétés afin qu'ils acquièrent des réflexes juridiques.

### **Programme :**

Introduction au Code du *Tourisme* rassemble les règles de *droit* applicables au secteur du *tourisme*.

### **Modalités pédagogiques :**

Apports théoriques et cas pratiques

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Résolution de cas pratiques. Deux contrôles écrites d'une durée de 1h30 chacun.

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Code civil  
Code du tourisme  
Site Dalloz

### **Le parcours de l'enseignant.e :**

Avocate, bilingue en anglais, Manon Vialle est chargée de cours en procédure civile et droit de la famille depuis 2018 à l'Université Lumière Lyon 2. Elle a travaillé en entreprise (Vinci Construction, COLAS RAA) et connaît donc bien le milieu de l'entreprise.

## Société, culture, institutions – Anglais (12CHAA03)

**Nombre d'heures** : 20h ETD

**Nom de l'enseignant(e)** : Alice Bonzom

### **Description du cours :**

Le cours a pour objectif de familiariser les étudiant.e.s avec des notions historiques clés pour comprendre la façon dont ont été fondés et façonnés le Royaume-Uni et les États-Unis. L'approche est donc de nature transatlantique et chrono-thématique : il s'agit d'interpréter l'histoire du monde anglophone de façon transnationale et interdisciplinaire (histoire politique, économique, géographique, religieuse, culturelle et technologique). Revenir aux racines de la construction du Royaume-Uni et de son empire, détricoter les fils transatlantiques qui sous-tendent la fondation des Treize Colonies, l'indépendance des États-Unis, son développement sur la scène internationale de sa naissance à la veille du XXe siècle : des perspectives croisées sur ces aires géographiques et politiques permettront de poser des jalons historiques qui donneront une profondeur à la compréhension qu'auront les étudiant.e.s des questions contemporaines américaines et britanniques (SCI Licence 2).

### Programme

Le déroulement est centré sur la problématique suivante : « *Revolution(s) and special relations? Origin stories of the UK & the US* ». Seront abordées les révolutions politiques et religieuses, les (r)évolutions scientifiques & industrielles (du domaine de l'ingénierie à celui de la médecine), la révolution commerciale (le développement du tourisme et du shopping), les révolutions socio-économiques (des syndicats aux grandes grèves), les révolutions populaires (révoltes, mouvements de protestation, socialisme...), les évolutions démographiques et géopolitiques (dessiner les frontières, parfois dans la violence) et les révolutions sociales et culturelles (rébellions de genre, État Providence, droits de l'homme mais aussi valeurs et vie quotidienne dans le passé - que ce soit à table, au travail, à la maison ou encore dans le monde de l'enfance, etc.).

Objectifs : Les connaissances en civilisation et la méthode adoptée seront transférables au monde de l'entreprise et apporteront des connaissances susceptibles de faciliter les échanges commerciaux, diplomatiques et touristiques avec le Royaume Uni et les États-Unis. Le cours permettra de comprendre et appréhender les réactions que les politiques britanniques et américaines actuelles peuvent susciter (sujets polémiques comme l'avortement, le mouvement *black lives matter*, Brexit, etc.). Les étudiant.e.s apprendront à repérer des sources primaires, à résumer un document civilisationnel, à contextualiser ce document et ce dont il parle, à analyser ce que dit le texte (explicitement et implicitement) et à développer leur esprit critique et leur capacité à repérer des stratégies énonciatives politiques, commerciales, religieuses, économiques, sociales, etc.

### **Modalités pédagogiques :**

#### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Contrôle terminal écrit d'une durée de 1h30.

## **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

*The American Yawp* (manuel collaboratif d'histoire illustré gratuit disponible en ligne).  
URL: [www.americanyawp.com](http://www.americanyawp.com)

BBC History (site Web). URL: <https://www.bbc.co.uk/history/british/>.

CrashCourse History (chaîne YouTube), US History Playlist,  
URL: <https://youtube.com/playlist?list=PL8dPuuaLjXtMwmepBjTSG593eG7Obz07s>.

HistoryExtra (site Web officiel de *BBC History Magazine*). URL:  
<https://www.historyextra.com/>.

In Our Time (podcast).  
URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006qykl/episodes/player>.

Mary Beth Norton, *A People and a Nation: A History of the US*, Boston: Cengage, 2019.

Sarah Pickard, *Civilisation britannique*, Paris: Pocket, 2022.

Howard Zinn, *A People's History of the United States*, New York: Harper, 2005.



## Communication et Management Interculturel (35CTLB01)

**Nombre d'heures :** 18 h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Setty MORETTI

### **Description du cours :**

#### Objectifs

- Approche interculturelle des marchés.
- Savoir analyser, prospecter et exploiter le marché espagnol.
- Maîtriser les influences dans la pratique de la négociation commerciale (reconnaître et gérer les disparités culturelles et leurs influences dans la pratique de la négociation commerciale, identifier les différences, les spécificités, les contradictions, les lieux communs, confronter ses propres références culturelles).
- Intégrer et interpréter les référents et les indicateurs pluriculturels.
- Construire une capacité d'analyse interculturelle et intra culturelle. Acquisition des compétences d'interrogation, d'observation, d'analyse et d'interprétation.
- Stratégies du comportement d'ajustement (développer les modes de communication selon les contextes et les cas, assimiler des automatismes de comportement en situation de négociation)
- Etre capable de réinvestir toutes ses compétences linguistiques, mercatiques, commerciales, et culturelles.
- Gagner en capacité managériale par un meilleur positionnement personnel.
- Favoriser la compréhension des codes spécifiques à chaque culture dont dépend le succès de toute entreprise professionnelle envisagée dans un cadre culturel différent.
- Amener les participants à une réflexion sur les cultures et les dimensions qui les différencient

#### Compétences à acquérir

- Maîtriser les concepts clés pour l'analyse des risques liés aux situations interculturelles
- Maîtriser les différents modes de fonctionnement, individuels et collectifs
- Maîtriser les types de pensée (raisonnement inductif ou déductif)
- Maîtriser la grille de lecture et les leviers d'action : contrôle de la distance hiérarchique et contrôle de l'incertitude
- Cerner l'impact des différentes logiques culturelles sur le management au quotidien
- Gérer en synergie les variables contextuelles au sein d'une équipe multiculturelle
- Effectuer un diagnostic organisationnel pour identifier et prévenir les conflits interculturels
- Manager la diversité culturelle comme un levier de performance
- Faire de la prise de conscience des différences culturelles une opportunité et non un obstacle

## **Programme (le contenu du cours en détail) :**

- Définition et enjeux du management interculturel. Culture(s), multiculturalité, pluriculturalité, interculturalité, transculturalité.
- Valeurs et comportements culturels (temps, espace, dynamiques de groupe, leadership, autorité, fonctions, relationnel, etc.)
- Pour une communication interculturelle efficace.
- Les compétences clés en management interculturel.
- Les ambivalences linguistiques.
- Stratégies selon le pays.

## **Modalités pédagogiques :**

Apports théoriques sur la base d'exemples concrets comparatistes

## **Modalité de contrôle des connaissances :**

Épreuve écrite d'une durée de 1h30.

## **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

- Bollinger, Daniel et Hofstede, Geer (1987). *Les différences culturelles dans le management. Comment chaque pays gère-t-il ses hommes ?*, Paris, Ed. d'Organisation
- Basile, J. (1979). *La formation culturelle des cadres et des dirigeants*, Paris, Seghers
- Bollinger, Daniel et Hofstede, Geer (1987). *Les différences culturelles dans le management. Comment chaque pays gère-t-il ses hommes ?*, Paris, Ed. d'Organisation
- Bosche, Marc (1993). *Le management interculturel*, Paris, Nathan
- Chevrier, Sylvie (2019), *Le management interculturel*, Paris, Col. Que sais-je?, Presses Universitaires de France
- Cuche, Denis (1996),(2016). *La notion de culture dans les sciences sociales*, Cool. Repères, Paris, La Découverte.
- Hall, Edward T. et Hall, Mildred R. (1991). *Guide du comportement dans les affaires internationales. Allemagne, Etas-Unis, France*, Paris, Seuil.
- Gauthey, Frank et Xardel, Philippe. (1989). *Le management interculturel. Modes et modèles*, Paris, Economica
- Jardel, Jean- Pierre et Loridon, Christian (2000). *Les rites dans l'entreprise. Une nouvelle approche du temps*, Paris, Ed. d'Organisation/Ed. Echos
- Lainé, Sylvie (2004), *Management de la différence : apprivoiser l'interculturel*, Saint-Denis La Plaine : AFNOR
- Meier, Olivier (2016), *Management interculturel. Stratégie, organisation, performances*, Paris, Dunod,
- Usinier, J.C. (1985). *Le management international*, Paris, PUF.
- Sainsaulieu, R. (1990). *L'entreprise, une affaire de société*, Coll. Références, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.

## Le texte dans l'exposition (35BTEE01)

**Nombre d'heures :** 20h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Mourad Laangry

**Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :**

- Maîtrise de la conversation et de la rédaction professionnelles
- Culture générale interdisciplinaire (histoire-géographie, littérature et arts, sciences humaines et sociales, philosophie esthétique, histoire des sensibilités, analyse des médias...)
- Connaissance du milieu relatif à l'Université d'inscription (Métropole de Lyon, Région Auvergne-Rhône-Alpes)

**Programme :**

Cours mutualisé avec la licence professionnelle Animateur Concepteur en Patrimoine Culturel. La visée professionnalisante s'effectue en prenant pour terrain l'environnement immédiat : Métropole de Lyon, Région Auvergne-Rhône-Alpes à partir des représentations dans la littérature scientifique, les arts et les médias. Les étudiants travaillent sur la rédaction de textes à contenu patrimonial dans différents supports de médiation : dépliants, plaquettes, panneaux d'exposition.... Ils mettent en place des outils d'étude et d'évaluation d'une action culturelle.

Les étudiants sont amenés à mettre en forme de documents de partage et de dossiers. Ils développent un scénario : imaginer, élaborer, concevoir des outils d'information, mettre au point une trame narrative, des découpages et des articulations adaptables à différents supports et différents formats.

**Modalités pédagogiques :**

Cours-atelier avec : apport théorique, corpus texte et image, enquête de terrain, exercices oraux et écrits, invités (auteurs scientifiques ou artistes), visites

**Modalité de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu, au minimum un écrit ou un dossier

**Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Anthologie *Le Goût de Lyon* (Textes choisis et présentés par Gilbert Vaudey), Mercure de France, coll. « Le Petit Mercure », 2004.

Gilbert Vaudey, *Le Nom de Lyon*, Bourgois éd., 2013.

Jean-Christophe Bailly, *Le Dépaysement. Voyages en France*, Points/Seuil, 2011.

## Anglais Professionnel 1 (35CTLB02)

**Nombre d'heures :** 21h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Sabrina de Velder

### **Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :**

Ce cours a pour objectif général de développer ses compétences en anglais de spécialité grâce à l'introduction d'un lexique professionnel et à des stratégies argumentatives à l'oral, à travers des mises en situation. Des articles de la presse anglophone axés sur le tourisme, des vidéos et des podcasts récents servent comme supports pour ce cours.

### **Objectifs du cours**

A l'issue de ce cours, l'étudiant.e devrait être capable de :

- Communiquer avec un registre soutenu et professionnel en utilisant un vocabulaire de spécialité thématique adapté.
- Savoir convaincre à l'oral en s'appuyant sur des techniques de rhétorique.
- Faire preuve d'une autonomie linguistique et communiquer de manière efficace et précise.

### **Syllabus**

- I. Cartographie du tourisme
  - a. La patrimonialisation
  - b. Historique des parcs nationaux
  
- II. « Réinventer le tourisme »
  - a. Les nouvelles mesures et orientations
  - b. Études de cas (Venise face au sur-tourisme- la rénovation de Notre Dame- Le site industriel de Blaenavon- Liverpool retiré de la liste de l'Unesco, critères et raisons retenues)
  
- III. Anglais professionnel de spécialité
  - a. Mises en situation professionnelles (résolutions de problèmes- négociation- promotion)

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu : un test lexical, un oral individuel + contributions au cours sous forme de prises de parole courtes et de synthèses écrites.

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Aquilina, M., Mahéo, C., Pugnière-Saavedra, F. (sous la direction de), 2018, *La communication touristique, vers de nouvelles interfaces ? Du discours aux représentations territoriales*, Presses de l'Université Laval, Québec

Dervin, F., 2011, *Impostures interculturelles*, Editions L'Harmattan, Paris

Carnegie, Dale. *The Quick & Easy Way to Effective Public Speaking*. Vermilion, 1998.

Gallo, Carmine. *The storyteller's secret: from TED speakers to business legends, why some ideas catch on and others don't*. First edition, St. Martin's Press, 2016.

Hall, C. Michael, Williams Allan. L., *Tourism and Innovation*, Routledge, 2020.

Holden, Andrew. *Environment and Tourism Routledge Introductions to Environment Series*. Routledge, 2000.

Honey, Martha. *EcoTourism and Sustainable Development-Who Owns Paradise*. Second Edition, Island Press, 2008.

Knafou Rémy. *Réinventer le tourisme, sauver nos vacances sans détruire le monde*. Editions du faubourg, 2021.

Ladmiral, J.-R., Lipiansky, E.-M., 2013, *La communication interculturelle*, Editions Les belles lettres : Le Kremlin-Bicêtre  
Rey, D., 2016, *Communication et management interculturels*, AFNOR : Paris

Müller, Dieter K, *Tourism in Transitions*, Wicwoski Marek Editors, 2017.

Rossette-Crake, Fiona. *Public Speaking and the New Oratory: A Guide for Non-Native Speakers*. Palgrave Macmillan, 2019.

Jarkko Saarinen, Alison M. Gill *Resilient Destinations and Tourism Governance Strategies in the Transition towards Sustainability in Tourism*, Jarkko Saarinen, 2019.

Zaoual Hassan, "*Du tourisme de masse au tourisme situé, quelles transitions?*"  
<https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2007-1-page-155.htm>

Presse anglophone spécialisée, sites web des musées et institutions.

**Le parcours de l'enseignant.e :**

A  
grége externe depuis 2001 et après 12 ans d'expérience en BTS tourisme (conception de sujets-élaboration de voyages d'études- co-enseignement sous la forme d'ateliers-métier-suivis de stage) puis quelques années en BTS Tourisme International, j'enseigne actuellement en Master de tourisme, Temps et Territoires et suis responsable pédagogique à la Formation Continue en Langues.

## Marketing Digital (35CTLC01)

Nombre d'heures : 18h ETD

Nom de l'enseignant(e) : Alix Drigeard

Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :

Objectif	Connaissances	Compétence
Définir une stratégie digitale en cohérence avec la stratégie de l'organisation et des publics cibles	<ul style="list-style-type: none"><li>• Etude de la demande et de l'offre sur le marché</li><li>• Cibles / persona</li><li>• Ligne / charte éditoriale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réaliser un persona</li><li>• Concevoir une ligne et un calendrier éditorial</li></ul>
Produire, publier et assurer la visibilité de contenus digitaux	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fonctionnement d'un moteur de recherche</li><li>• Référencement</li><li>• Visibilité SEO, SEA, SMO,</li><li>• Architecture, ergonomie d'un site et d'une page web</li><li>• Droit du Web : licence Creative Commons, droit d'auteur, mentions obligatoires</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utiliser un logiciel CMS (Wordpress) pour créer un site internet.</li><li>• Utiliser un éditeur (Gutenberg) pour construire une page web</li><li>• Ecrire des articles en respectant les règles d'écriture du Web</li><li>• Illustrer des articles avec<ul style="list-style-type: none"><li>○ Des photos libres de droit</li><li>○ Des infographies</li></ul></li><li>• Développer sa présence en ligne</li></ul>
Animer des communautés sur les réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"><li>• Panorama et typologie des réseaux sociaux</li><li>• Signes spécifiques RS : #,@, ...</li><li>• Visibilité SMO</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Déterminer les médias sociaux pertinents en fonction des persona et de la stratégie digitale définie</li><li>• Ecrire en maîtrisant les codes de rédaction sur les réseaux sociaux</li><li>• Susciter l'engagement par des techniques d'animation</li></ul>
Mesurer la performance de la stratégie digitale déployée	<ul style="list-style-type: none"><li>• Indicateurs de performance d'un site vitrine</li><li>• Indicateur de performance de l'engagement de la communauté sur les réseaux sociaux</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analyser les indicateurs de performance</li><li>• Diagnostiquer</li><li>• Imaginer des remédiations possibles</li></ul>

**Programme (le contenu du cours en détail) : séance de 3 à 4 heures le samedi matin**

<p>Samedi 19/09 8h30-12h30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prise en main du cours à distance via la plateforme Google atelier numérique + progression des badges à obtenir avant les séances</li> <li>• Brainstorming sur un contexte d'entreprise ou d'organisation en lien avec le secteur du tourisme</li> <li>• Réalisation d'une étude de marché en utilisant des outils de curation de contenu</li> <li>• Définition d'une stratégie digitale en cohérence avec la stratégie de l'organisation ou de l'entreprise choisie et des publics cibles</li> <li>• Réalisation d'un persona buyer</li> <li>• Conception d'une ligne et d'un calendrier éditorial</li> </ul>
<p>Samedi 10/10 8h30-12h30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification de la maîtrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance</li> <li>• Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente</li> <li>• Création d'un site vitrine avec Wordpress</li> <li>• Focus sur le droit du Web : licence Creative Commons, droit d'auteur, mentions obligatoires</li> <li>• Rédaction d'un article en lien avec le calendrier éditorial défini</li> </ul>
<p>Samedi 24/10 8h30-12h30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification de la maitrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance</li> <li>• Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente</li> <li>• Illustration d'un thème éditorial en réalisant une infographie</li> <li>• Mise en œuvre de la stratégie de visibilité et d'engagement : étiquette, mots clefs, call to action, formulaire,</li> </ul>
<p>Samedi 14/11 8h30-12h30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification de la maitrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance</li> <li>• Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente</li> <li>• Choix des médias sociaux pertinents en fonction des persona et de la stratégie digitale définie</li> <li>• Écriture d'un post en maitrisant les codes de rédaction sur les réseaux sociaux</li> <li>• Mise en place d'un jeu concours, sondage.... Pour susciter l'engagement de la communauté</li> </ul>
<p>Samedi 28/11 8h30-12h30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification de la maitrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance</li> <li>• Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente</li> <li>• Mesure de la performance de la stratégie digitale à partir de situations simulées :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Analyse d'indicateurs de performance</li> <li>○ Diagnostic</li> <li>○ Remédiations possibles</li> </ul> </li> <li>• Développer son personal branding via les RS</li> </ul>

**Modalités pédagogiques :**

Mise en situation à partir d'un contexte d'organisation liée au secteur du tourisme, librement choisie par l'étudiant et validée par l'enseignant

**Modalité de contrôle des connaissances :**

Test de connaissances sur le vocabulaire à maîtriser à chaque début de séance

Évaluation du site web et des contenus digitaux publiés

**Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Digital marketing – Edition : Ebg

La boîte à outil de la stratégie digitale omnicanale – Edition : Dunod

Agence de communication marketing : <https://www.1min30.com/>

Site de l'afnic : <https://xn--russir-en-b4a.fr/>

**Le parcours de l'enseignant.e :**

Professeure certifiée en économie-gestion, Alix Drigeard est en charge des enseignements suivants :

- Marketing de service en BTS tourisme
- Relation client à distance et Digitalisation en BTS Négociation et digitalisation de la relation client.



## Les Multimédias (35CTL02)

**Nombre d'heures :** 18h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Morgane BLACHON

**Description du cours :**

Objectifs :

- Passer d'une utilisation personnelle à professionnelles des outils numériques
- Bien utiliser les réseaux sociaux dans le monde professionnel
- Connaître les limites en termes de RGPD dans le cadre d'une entreprise
- Savoir utiliser les outils collaboratifs pour un fonctionnement performant

**Programme :**

### 1. MAITRISER LES OUTILS BUREAUTIQUES

- Appréhender la mise en forme d'un rapport professionnel
- Création et illustration de tableaux et des graphiques
- Création de supports animés et d'un document type pour l'entreprise

### 2. L'ENVIRONNEMENT INFORMATIQUE

- Connaissance des systèmes d'exploitation
- Utiliser les différents systèmes d'exploitation

### 3. TRAVAILLER AVEC DES OUTILS COLLABORATIFS

- Présentation de l'intérêt du travail et des outils collaboratifs
- Aborder les outils collaboratifs suivants ; Trello, Google Suite, Office 365

### 4. RGPD ET UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX DANS LE MILIEU PROFESSIONNEL

- Approche théorique de la RGPD en entreprise
- Bien sécuriser ses comptes personnels et professionnels
- Présentation des réseaux sociaux et de leurs utilisations professionnelles
- Découverte d'outils collaboratifs performants : Hootsuite...

**Modalités pédagogiques :**

Savoir utiliser l'environnement multimédia dans un milieu professionnel. Apports théoriques sur les différents outils multimédias, réseaux sociaux... Exemple : Réaliser une présentation en amont d'une réunion commerciale. Créer un dossier de rapport professionnel. **Modalité de contrôle des connaissances (préciser la nature des épreuves - oral ou écrit, durée, type d'examen) :** Réaliser une étude de cas sur un sujet

donné (informatique, réseaux sociaux, outils collaboratifs...) et respecter les conditions de mise en forme impose.

**Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

- Réseaux sociaux – comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication, RISSOAN Romain, 2018, ISBN : 978-2-409-01515-1
- L'art des medias sociaux : strategies gagnantes pour un usage professionnel, GAWASAKI Guy et FITZPATRICK Peg, 2019, **ISBN-10** : 2354561741, Ed : DIATEINO
- Site web : 1m30 enjoy marketing

**Le parcours de l'enseignant.e :**

Morgane Blachon a un parcours académique post baccalauréat réalisé intégralement en alternance dans différentes entreprises touristiques, en occupant divers postes :

- En office de tourisme au poste de chargée d'accueil à chargée de communication – comprendre l'importance de l'utilisation du numérique pour répondre aux attentes du client

- En agence de tourisme au poste de community manager puis chargée de marketing digital – savoir s'adapter aux besoins de l'entreprise pour l'accompagner dans sa stratégie numérique et digitale Une expérience pédagogique dans l'accompagnement et la formation de différents stagiaires tous niveaux, et le suivi de leurs projets tutorés.

## **Gérer un projet d'animation (35BTED01)**

**Nombre d'heures :** 18h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Marie Maniga

**Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :**

**Modalités pédagogiques :**

Cours mutualisé avec la licence professionnelle Animateur Concepteur en Patrimoine Culturel. Méthodologie pour monter un projet culturel pour une structure, une manifestation ou un évènement culturel. Budgéter, planifier et évaluer les actions proposées.

**Modalité de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu : un dossier et un oral

## Outils et dispositifs d'animation et de valorisation

**Nombre d'heures :** 18h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Marie Maniga

**Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :**

Cours mutualisé avec la licence professionnelle Animateur Concepteur en Patrimoine Culturel. Mettre au point un scénario d'animation en mode projet (séquences, trame narrative, découpages et articulations) en mobilisant des réseaux et des partenariats. Préparer, piloter évaluer des actions d'animation et de sensibilisation. Adapter un projet à un évènement culturel (JEP, Journées de l'Archéologie, de l'architecture...) et à un public.

**Modalités pédagogiques :**

Imaginer et sélectionner des outils et des dispositifs d'animation multisensoriel comprenant manipulation, expérimentation, travaux pratiques pour développer le sens de l'observation et de la déduction (document audiovisuel, photographie, maquettes, cartes patrimoine, malles, dossier de ressource en ligne...).

Susciter une action culturelle participative et valoriser l'histoire d'un site, les travaux de restauration ou de fouilles archéologiques engagés, les savoirs faire des différents corps de métiers qui interviennent... Croiser les approches scientifiques, ludiques, sensorielles et artistiques.

**Modalité de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu : un dossier et un oral

## La posture professionnelle (35CTLD01)

**Nombre d'heures :** 9h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Camille FOURGEAUD

**Description du cours (objectifs, connaissances et compétences à acquérir, etc.) :**

- Comprendre la notion de posture professionnelle et ses enjeux ;
- Intégrer les codes et les enjeux d'une attitude professionnelle ;
- Développer une posture en phase avec son environnement professionnel ;
- Prendre conscience de ses forces et de ses axes d'amélioration pour gagner en confiance.

**Programme :**

- Concepts et enjeux : la posture professionnelle ou l'importance des compétences comportementales
- La posture professionnelle au sein de l'entreprise
- Le développement de son employabilité (pour intégrer l'entreprise)

**Séance 1 : 3h**

Concepts et enjeux : la posture professionnelle ou l'importance des compétences comportementales

1. Apports théoriques : soft skills et communication

La notion de compétence : compétences techniques vs. softs skills

Posture & communication (verbale et non-verbale) : le diagramme de Merhabian et la règle des 3 V

La théorie de l'effet miroir et la théorie de l'analyse transactionnelle

2. Enjeux

Les enjeux d'une attitude professionnelle maîtrisée

Les codes du professionnalisme : la notion de posture et ses différentes facettes

Focus sur la position de stagiaire / alternant

**Séance 2 : 3h**

La posture professionnelle au sein de l'entreprise

1. Les deux volets de la relation professionnelle :

Interne : la hiérarchie et les collaborateurs

Externe : la clientèle et les partenaires

Focus sur la gestion d'une situation conflictuelle, d'un malentendu

2. La démarche projet pour maîtriser sa posture  
Comprendre les codes de son environnement professionnel  
Prendre conscience et maîtriser ses atouts  
Identifier ses axes d'amélioration et mettre en place une stratégie

### **Séance 3 : 3h**

Le développement de son employabilité (pour intégrer l'entreprise)

1. Méthodologie de la préparation des candidatures  
La posture professionnelle dès la candidature  
Le réseau : concept et développement  
La notion de trajectoire professionnelle

2. Focus sur l'entretien de recrutement

### **Modalités pédagogiques :**

- Apports théoriques et études de cas
- Débats d'idées
- Jeux de rôle, saynète et mises en situation sur les règles de communication et la posture verbale et non-verbale

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

- 1 cas pratique à distance via la plateforme Moodle
- 1 oral sur site

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Ouvrages :

Mulin, T., Dictionnaire des concepts de la professionnalisation, éd. De Boeck, 2013

Articles :

Mehrabian, A., & Wiener, M., "Decoding of inconsistent communications" *in* Journal of Personality and Social Psychology, 1967

Mehrabian, A., & Ferris, S. R., "Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels" *in* Journal of Consulting Psychology, 1967

Stark, S., La posture professionnelle : entre corps propre et corps sociaux *in* Revue internationale de pédagogie de l'enseignement supérieur, Association internationale de pédagogie universitaire, 2016

Sites à consulter :

<https://univ-lyon2.jobteaser.com/>

<https://www.jobready.fr/>

<https://certificationprofessionnelle.fr/>

**Le parcours de l'enseignant.e :**

Formée à l'IRA de Lyon au management et aux techniques de communication des organisations, Camille Fourgeaud est aujourd'hui Responsable du Pôle stages et Insertion et Chargée d'Insertion professionnelle à l'Université Lumière Lyon 2. Elle travaille dans le champ de l'insertion professionnelle, et œuvre notamment à l'accompagnement collectif et individuel des étudiant.es (techniques de recherche d'emploi, outils de recrutement, projet professionnel personnel, professionnalisation), en lien avec la communauté universitaire et les acteurs du monde socio-économique et culturel.

## Méthodologie et posture entrepreneuriales + Innovation dans le tourisme (35CTLD02, 36CTLD01)

Nombre d'heures : 22,5 h ETD (12h au premier semestre et 10,5 au deuxième semestre)

Nom de l'enseignant(e) : Sandrine COLLOT

### **Description du cours :**

Ces deux modules sur le semestre 1 et 2 ont pour enjeu d'insuffler aux étudiants de la LP le goût d'entreprendre mais également leur permettre d'acquérir les compétences entrepreneuriales et des outils pour penser l'innovation dans le secteur, grâce à un dispositif immersif et des ressources disponibles au sein de ce cours.

Parmi elles, peuvent être citées un *hackathon*, séance d'expérimentation de la pensée créative individuelle et collective, le *concours Campus Création*, exercice grandeur réelle, proposant aux étudiants de la Région Auvergne-Rhône-Alpes, de créer leur entreprise virtuelle et de vivre ensemble une expérience originale, collaborative et professionnalisante et enfin, *l'accès et la recherche d'un réseau* d'entrepreneurs innovants.

Encourager l'esprit d'entreprise est une clé pour la création d'emplois, l'augmentation de la compétitivité et de la croissance économique dans le secteur du tourisme, c'est pourquoi il est important que ces outils et savoir-être entrepreneuriaux viennent compléter leurs compétences et posture, dans leur évolution professionnelle future.

### **Programme :**

#### **Méthodologie et posture entrepreneuriales S1 :**

- Hackathon créatif /idéation
- Conférence concours Campus et méthodologie entrepreneuriale
- Prototypage
- Étude de marché
- Business Model

#### **Innovation dans le tourisme S2 :**

- Business Plan
- Stratégie commerciale, juridique et financière
- Intra- et Entre-prendre dans le secteur du tourisme
- Prise de parole en public, pitch

### **Modalités pédagogiques :**

Apports théoriques, ateliers, conférences, mises en situation, rencontres, jeux d'entreprises, « doing by learning »



## **Modalité de contrôle des connaissances :**

Premier semestre :

Note sur rendu écrit (étude de cas), avec bonus/malus postures collaboratives et entrepreneuriales

S2 :

Note dossier écrit, type Business Plan

Note Oral, présentation projet

## **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Lean Start-Up Eric Ries

Zero to One Peter Thiel

L'art de se lancer 2.0 – Guy Kawasaki

Business Model Generation – Alexander Osterwalder

The Emyth Revisited – Michael Gerber

La semaine de 4 heures – Tim Ferriss

Ces idées qui collent : frères Heath

L'entreprise du bonheur – Tony Hsieh

[bpifrance-creation.fr/](http://bpifrance-creation.fr/)

[beelys.org/](http://beelys.org/)

[enactus.fr/](http://enactus.fr/)

[www.socialter.fr](http://www.socialter.fr)

[usbeketrica.com/](http://usbeketrica.com/)

[futurs-souhaitables.org/nos-medias/](http://futurs-souhaitables.org/nos-medias/)

[ted.com](http://ted.com)

[medium.com/anthropocene2050](https://medium.com/anthropocene2050)

[popsciences.universite-lyon.fr/?s=tourisme#resultats](http://popsciences.universite-lyon.fr/?s=tourisme#resultats)

## **Le parcours de l'enseignant.e :**

Diplômée d'un Master en économie sociale et solidaire et engagée depuis 15 ans auprès d'initiatives et organisations en faveur d'une économie innovante, plus responsable, humaine et coopérative, l'expérience de Sandrine Collot s'est construite sur des projets en faveur de l'environnement, de l'incitation aux pratiques économiques et sociales durables, de l'égalité hommes-femmes et de la création d'entreprise.

Activités professionnelles : Accompagnement d'entrepreneurs, Pilotage et développement de projets de développement économique, Management d'équipe, Formation professionnelle et Enseignement.

**Analyse des marchés touristiques (36CTLA01)**

**Nombre d'heures : 20h ETD**

**Nom de l'enseignant(e) : Arnaud Lajarge**

**Enjeux de la destination touristique et la prestation touristique (36CTLA02)**

**Nombre d'heures : 20h ETD**

**Nom de l'enseignant(e) : David Deguelle**

## Comptabilité et Gestion (36CTLA03)

**Nombre d'heures** : 20h ETD

**Nom de l'enseignant(e)** : Jocelyn Lauret

### **Description du cours :**

- Comprendre les grands principes comptables de la comptabilité française ;
- Savoir où et comment trouver une information financière fiable ;
- Comprendre les grandes masses du bilan, du compte de résultat et de l'annexe ;
- Savoir enregistrer les opérations courantes et techniques ;
- Anticiper certaines opérations d'inventaire de base ;
- Initiation à l'analyse financière et process budgétaire.

### **Programme :**

1. Introduction : l'information financière, un élément de communication vis-à-vis des actionnaires, des financeurs, des salariés et des tiers, comptes annuels, classification et codification, principe de la partie double ;
2. Les documents préalables à l'interprétation des comptes annuels : k-bis, statuts et comptes annuels – benchmark sectoriel, note Banque de France
3. Les composants du bilan et du compte de résultat, notions de bilan financier, éléments clés de n'annexe – analyse financière du compte de résultat, grands agrégats d'analyse ;
4. Comptabilisation des achats, des ventes, de la trésorerie, de la TVA, immobilisations et amortissements ;
5. La procédure d'établissement des comptes annuels et le process trésorerie à la clôture ;
6. Analyse financière du compte de résultat, grands agrégats d'analyse – marge brute, EBITDA, EBIT, fonds de roulement et besoin en fonds de roulement. Notion budgétaire.

### **Modalités pédagogiques :**

Une étude de cas sera réalisée pour réaliser le bilan et le compte de résultat d'une agence de voyage

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

1 écrit de 2 heures – mix QCM (30') et cas pratique (1h30')

#### **Le parcours de l'enseignant.e :**

Actuellement expert-comptable, commissaire aux comptes, associé KPMG.

**2005** DEC (Diplôme d'expertise-comptable)

**1997** DESS Audit Comptable, Financier et Opérationnel à l'E.S.A. de l'université Pierre Mendès-France - GRENOBLE II

**1996** MSTCF (Maîtrise de Sciences et Techniques Comptables et Financières) à l'I.A.E. de l'université Jean Moulin - LYON III

**1994** BTS Comptabilité - Gestion à l'Externat Sainte Marie de LYON

## Négociation commerciale (36CTLB02)

**Nombre d'heures :** 20h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Baptiste Rivollier

### **Description du cours :**

L'objectif du cours est de maîtriser les étapes d'un entretien commercial pour être en mesure d'assurer un RDV de vente. Le module doit permettre aux étudiants d'acquérir les compétences suivantes :

- Méthodes de communication (verbale et non-verbale)
- Maîtrise de chaque étape d'un entretien
- Méthodes de persuasion
- Gestion des objections
- Savoir-être pendant un entretien de vente.

### **Programme :**

- Introduction à la vente
- La prise de contact
- La découverte des besoins
- L'argumentation
- La gestion des objections
- Comment rédiger son offre commerciale
- Le suivi clientèle et les relances
- La conclusion d'une vente

### **Modalités pédagogiques :**

Le premier cours sera théorique : Il s'agira de définir les objectifs du cours et les enjeux de la négociation commerciale. Quels sont les éléments importants pour réaliser une vente ?

Ensuite, chaque cours sera divisé en deux parties : une première partie de travail sur la prise de contact d'agent de voyage (cas pratique) + préparation d'une fiche de contact + tableau de synthèse.

La deuxième partie de chaque séance consistera en l'acquisition des connaissances théoriques pour chaque chapitre.

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Tous les étudiants passeront un entretien en face-à-face: ils devront analyser la relation client dans une enseigne (exemple Apple) et donner les spécificités, les points forts et les points faibles de cette méthode. L'objectif de cette épreuve sera à la fois d'évaluer le savoir être des étudiants, leur professionnalisme, et leur capacité d'analyse.

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

Le loup de Wall Street

## Fondamentaux de la vente et de la prospection commerciale (36CTLB01)

**Nombre d'heures :** 20h ETD

**Nom de l'enseignant :** Maximilien Herbaux

### **Description du cours :**

Ce cours vise à transmettre aux étudiants les techniques de vente appliquées au voyage. Il vise également à développer la connaissance des produits touristiques, des destinations et des acteurs du secteur. Les différents métiers de la vente seront étudiés dans leurs contenus et leurs impacts dans le secteur touristique.

Des outils seront mis à disposition des étudiants afin d'appréhender la vente, la connaissance du client et des produits. Au travers d'atelier, de jeux de rôle et de mise en situation, les problématiques du secteur seront abordés pour la bonne mise en avant des atouts du produit touristique et de ses différentes composantes.

### **Programme :**

1° Vente et prospection dans le secteur touristique

- 1.1 Le tourisme, un marché concurrentiel
- 1.2 La vente outil indispensable au développement du secteur
- 1.3 Les métiers de producteurs /vendeurs

2° Les techniques de ventes

- 2.1 Connaître et apprendre les produits touristiques et leurs acteurs
- 2.2 Découverte client et négociation
- 2.3 Conclure la vente, développer la marge

3° Les produits touristiques

- 3.1 La destination, levier de la proposition commerciale
- 3.2 L'offre, le service et la différenciation
- 3.3 Les marchés de demain

### **Modalités pédagogiques :**

- Présentation des acteurs du secteurs
- Mise en perspectives des offres touristiques (destination, services..)
- Réflexion sur le développement de la marge et de la force de vente
- Atelier de mise en situation Agent de voyage/ client
- Jeux de rôle et mise en situation

## **Modalité de contrôle des connaissances :**

- Examen Oral
- Dossier d'une proposition commerciale

## **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

### Ouvrages de références

Philippe Duhamel, *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs et territoires*, Coll. U., Armand Colin, Paris, 2018.

**Claude** Péloquin, « La place des agents de voyages se précise sur l'échiquier touristique », *Téoros*, 23-3 | 2004.

Alain Mesplier et Pierre Bloc-Duraffour, *Le tourisme dans le monde*, Bréal, Paris, 2018.

Rémy Knafou et Equipe MIT, *Tourisme Tome 1. Lieux communs*, Belin, Paris, 2008.

Alain Vanneph, *Les touristes. Une histoire d'argent, de temps et d'envie. Des précurseurs aux professionnels*, l'Harmattan, Paris, 2017.

Édith Fagnoni (coord.), *Les espaces du tourisme et des loisirs*, Armand Colin, 2017.

### Ouvrages spécialisés

Jallat, F. et al. Gestion de la relation client. Total relationship management, Big data et Marketing mobile. Paris : Pearson, 4e édition. 2014

MARIE-ANNE GARNIER, ISABELLE METAYER BENECH, les techniques de vente touristique, Dunod, Juin 2011.

Guy Barrey, Jean-Luc Michaud, Acteurs et organisation du tourisme, De Boeck, 2015.

### Sites de référence

Aproget, le site de l'Association des professeurs de géographie du tourisme

Veille info tourisme, pour s'informer du climat économique de l'industrie touristique, surtout en France.

Tourisme-espaces.com, centre de ressources documentaires.

Géotourisme. Le site de la géographie touristique en France et dans le Monde.

## Gestion de la communication externe (36CTLB03)

**Nombre d'heures :** 15h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Morgane Blachon

### **Description du cours :**

L'objectif du cours de la communication externe sera de comprendre les enjeux de la communication externe dans différents domaines. Nous verrons la différence entre la communication corporate et la communication produit. Sera abordé le sujet sur comment parvenir à toucher la bonne cible grâce à la mise en place d'un plan de communication.

Voici quelques exemples des sujets abordés lors des cours de la communication externe :

1. Le rôle de la communication externe
2. Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication
3. Les types de la communication
4. Les moyens de la communication externe
5. Les objectifs de la communication externe
6. La cible de la communication externe

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Un plan de communication en groupe ou en individuel

#### **Le parcours de l'enseignant.e :**

Morgane Blachon a un parcours académique post baccalauréat réalisé intégralement en alternance dans différentes entreprises touristiques, en occupant divers postes :

- En office de tourisme au poste de chargée d'accueil à chargée de communication – comprendre l'importance de l'utilisation du numérique pour répondre aux attentes du client
- En agence de tourisme au poste de community manager puis chargée de marketing digital – savoir s'adapter aux besoins de l'entreprise pour l'accompagner dans sa stratégie numérique et digitale Une expérience pédagogique dans l'accompagnement et la formation de différents stagiaires tous niveaux, et le suivi de leurs projets tutorés.



## Gestion de la Relation Client (36CTLC01)

**Nombre d'heures** : 21h ETD

**Nom de l'enseignant(e)** : Nathalie Pintus

**Description du cours** :

Objectifs :

- Être capable de définir une relation client adaptée pour accroître la performance de l'entreprise
- Adapter et utiliser les techniques de communication et techniques de ventes attendues, de l'accueil du client à la commercialisation de produits, du suivi des ventes à la fidélisation
- Développer une stratégie relationnelle et opérationnelle en lien avec la concurrence et l'évolution des marchés

**Programme** :

I. DEFINIR LES OBJECTIFS DE LA GRC OU CRM :

- Compréhension de la situation de l'entreprise sur le marché
- Gestion et développement des prospects et clients
- Satisfaction et fidélisation des clients groupes et individuels
- Innovation avec de nouveaux produits et services

II. STIMULER ET INSPIRER

- L'aménagement des espaces d'accueil
- L'accueil physique et téléphonique
- Définition des comportements et postures adaptés dans l'émission et la réception d'appels (verbal et non verbal)
- Guide d'entretien, demande de cotation
- Guide méthodologique de l'accueil numérique
- Faire vivre le produit

III. DU PROSPECT AU CLIENT : PLANIFIER LES ETAPES DE LA VENTE

- Segmentation de la clientèle et stratégies GRC de reconquête, d'abandon, de rationalisation et fidélisation du client
- Les fondamentaux de la communication
- Les techniques facilitatrices ((PNL)
- Le concept de négociation
- La prise de contact (méthode des 4/20)
- La découverte du client (SONCAS) et l'écoute active
- La reformulation et la présentation d'une offre individualisée
- L'argumentation, la réponse aux objections, la conclusion de la vente

IV. GERER L'EXPERIENCE DU CLIENT

- Suivi des réservations du voyage et/ou du séjour avec le client
- Préparation du déroulement de la prestation ou produit touristique

- Gestion attentive de l'expérience et de la satisfaction du client sur son lieu de séjour ou en voyage par l'accompagnement et l'animation
- Nouveaux enjeux d'une relation client privilégiée : le client devient un ambassadeur du produit ou de la marque

### **Modalités pédagogiques :**

Apports théoriques et exercices d'application pratique en ateliers et mises en situation, jeux de rôles. Exemple : Réaliser une charte d'accueil, un argumentaire de ventes, conduire avec succès un entretien de vente.

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Réaliser un dossier écrit d'analyse de la pratique de la relation client dans son entreprise de stage et/ou d'apprentissage. Mise en situation professionnelle orale à partir du travail de recherche réalisé.

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

- Gestion de la relation clientèle touristique, BENSALÉM Stéphanie et CHASSILLAN Idriss, 2019, ISBN : 978-2-37563-324-3. Ed. Le génie éditeur.
- Revue-espaces.com : site spécialisé et dédié au tourisme avec librairie tourisme, revues, campus, rencontres et formations professionnelles, appels à projets et annonces emplois. Newsletter hebdomadaire.
- Gestion de la relation client -Espaces tourisme & loisirs - Collection revue ESPACES n°221 / Décembre 2004 / 58 pages
- L'intelligence artificielle remet l'humain au cœur des stratégies marketing, Georges-Édouard Dias / Espaces tourisme & loisirs / Mars 2018 / 6 pages
- Sensego réinvente la relation client grâce à l'IA, Ahmat Faki / Espaces tourisme & loisirs / Mars 2018 / 4 pages
- La gestion de la relation client : un outil pertinent pour les sites culturels, Jean-Michel Tobelem / Espaces tourisme & loisirs / Mai 2014 / 9 pages
- Le nouveau marketing touristique est un marketing de la relation personnalisée, Joël Gayet, Patrick Delbar / Espaces tourisme & loisirs / Septembre 2008 / 7 pages
- Presse touristique : Tourmag.com, Tour Hebdo, L'écho Touristique

### **Le parcours de l'enseignant.e :**

Responsable de formation Maison Familiale et Rurale avec une double expérience professionnelle dans le tourisme, de la valorisation des patrimoines à la commercialisation touristique :

- dans le secteur du tourisme institutionnel, en office de tourisme au poste de guide-conférencier VPAH après un DEA Histoire de l'art
- dans le secteur du tourisme commercial en tant que responsable de service groupes chez des voyagistes : production et ventes de produits touristiques.

Une expérience pédagogique adaptée à la formation professionnelle continue avec application de techniques d'animation spécifiques depuis 1992.

## Gestion des situations conflictuelles (36CTL02)

**Nombre d'heures :** 14h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Hélène Simon

### **Description du cours :**

Comprendre les mécanismes comportementaux permettant d'innover avec intelligence en situation de négociation. Repenser la négociation autrement que par son image stéréotypée « *proposer un prix et défendre sa marge* ». Développer une posture favorisant un contexte créatif pour obtenir des résultats durables.

- Cerner les différents phénomènes d'incitations qui influencent une négociation.
- Préparer la négociation en comprenant l'environnement et le contexte de la partie adverse. Mettre en place sa solution de repli.
- Utiliser les temps informels pour recueillir des éléments stratégiques et connecter avec l'interlocuteur.
- Adapter une posture flexible et réactive pour faire avancer la négociation et créer une dynamique de partenariat

### **Programme :**

#### **Module n°1 : Identifier les postures psychologiques et les techniques d'influence**

##### Objectifs

- Privilégier les premiers instants et les temps informels
- Développez une écoute qui se fait à plusieurs niveaux
- Apprendre à manier les questions stratégiques et le processus de l'argumentation
- Identifier les freins à la création de la confiance
- Gérer son propre égo et celui de son interlocuteur
- Décoder les différents biais cognitifs et les constantes psychologiques
- Comprendre la théorie des jeux et la théorie de la décision

#### **Module n°2 : Sortir des conflits inhérents à la négociation**

##### Objectifs

- Les différents types d'obstacles à la négociation
- Diriger avec tact les échanges difficiles
- Les comportements habituels dans les négociations les plus difficiles
- Tenir un discours auquel l'autre ne s'attend pas
- Savoir innover pour créer de la valeur et sortir des guerres de positions et agrandir le gâteau

### **Modalités pédagogiques :**

La méthode pédagogique mise en œuvre est principalement active et implique une démarche inductive. Grâce à la mise en situation et l'expérimentation, nous vous amenons à explorer plusieurs postures. Ainsi vous pourrez identifier et ancrer les comportements adaptés et les bons automatismes. L'outil pédagogique utilisé est celui du théâtre d'improvisation.

Afin de favoriser la mise en confiance et la prise de risque nous utilisons :

- Des exercices d'échauffement appelés « brise-glace » pour contribuer au lâcher-prise des participants.
- Des exercices collaboratifs de « team-building » favorisant la cohésion de groupe et la mise en confiance.
- Des exercices travaillant la posture psychologique pour développer sa flexibilité relationnelle.
- Des mises en situation sur des problématiques concrètes, en lien avec votre contexte professionnel

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Épreuves orales via des simulations

Évaluations écrites par des tests, des Quizz d'une durée de 30 minutes

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées :**

*Neuroleadership* – James Teboul et Philippe Damier – Odile Jacob

BAIN inspirational leadership system <https://www.bainleadership.com/>

*Négocier et défendre ses marges*, Philippe Korda

*La bible de la négociation*, Alexis Kyprianou

*Ne coupez jamais la poire en deux*, Chriss Voss

*La négociation d'influence*, Julien Pélabère

*Le grand livre de la négociation*, Maurice A. Bercoff, Jean-Charles Pomerol, Michel Rudnianski

*Getting to yes*, Fisher R., Ury W., Le seuil, 1982

*Petit Traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Joule R.V. Beauvois.

*Comment négocier avec les gens difficiles*, Ury W.

*L'intelligence émotionnelle*, D. Goleman

*Système 1 Système 2, les deux vitesses de la pensée*, Kahneman D.

### **Le parcours de l'enseignant.e :**

Hélène est comédienne depuis 20 ans et possède une expérience de responsable en contrôle de gestion et formation financière, d'entreprises internationales stratégiques et exigeantes. Elle a participé également au développement pendant 10 ans à la coordination de plusieurs projets culturels de l'ouest lyonnais au sein de plusieurs associations intercommunales.

Depuis 2011, elle est devenue une formatrice qui transmet et incarne les principales compétences en communication inter-personnelle et développement personnel avec comme outil, le théâtre d'improvisation. Sa motivation réside dans la transmission d'aptitudes au service d'un leadership positif et bienveillant pour une relation client-vendeur et acheteur-fournisseur privilégiées. Dans ses formations, elle favorise le partage d'expérience, l'expérimentation, le droit à l'erreur, et la spontanéité qui valorise l'expertise.

## Anglais Professionnel 2 (36CTLE01)

**Nombre d'heures :** 20h ETD

**Nom de l'enseignant(e) :** Séverine Wozniak

### **Description du cours :**

Cet enseignement a pour objectif de développer les connaissances des étudiant.e.s dans le domaine de la langue de spécialité (anglais du tourisme) et de les préparer à passer une certification en anglais.

### **Compétences acquises à l'issue de l'enseignement :**

- Aptitude à maîtriser une langue vivante étrangère dans un contexte spécialisé
- Capacité à communiquer en anglais, à l'oral et à l'écrit, dans un cadre professionnel

### **Programme :**

Des articles de presse et des documents audio et vidéo récents seront étudiés en cours, donnant lieu à plusieurs travaux de compréhension et d'expression et à des débats et jeux de rôles. Le cours vise à approfondir les connaissances lexicales des étudiants et est organisé autour de l'étude de grands thèmes (the hospitality industry, the leisure industry, forms of tourism : mass tourism, adventure tourism, heritage tourism, urbex, etc.). Par ailleurs, un projet sera conduit par les étudiant.e.s au cours des deux semestres, sur le thème suivant : «Transitioning issues for tourism in mountain regions».

### **Modalités pédagogiques :**

Exercices de traduction, de vocabulaire, recherches terminologiques. Cours en présentiel avec appui sur des documents mis en ligne sur mon blog : (<http://swozniak.edublogs.org>)

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu : écrit et oral.

## Design Fiction (36CTLD02)

**Nombre d'heures :** 7h

**Nom de l'enseignant(e) :** Meven Royo

### **Description du cours :**

Repérer les enjeux de l'innovation au regard des défis posés dans le secteur du tourisme, s'approprier de l'état d'esprit design fiction, comprendre les étapes pour concevoir des produits ou services, découvrir quelques outils d'innovation collective. Insuffler aux étudiants le goût d'entreprendre mais également leur permettre d'acquérir les compétences entrepreneuriales et des outils pour penser l'innovation dans le secteur, grâce à un dispositif immersif et des ressources disponibles au sein de ce cours. Identifier quelques tendances actuelles du secteur du tourisme, comprendre les étapes de l'innovation et de design fiction, connaître quelques nouvelles méthodes créatives et le principe de la co-construction, connaître des exemples de solutions déjà existantes avec la méthode du benchmark. Définir des problématiques clés à résoudre, mettre l'utilisateur au cœur de sa stratégie, savoir réaliser des prototypes rapides, tester et valider des hypothèses, découvrir des besoins non identifiés et explorer des opportunités/solutions, développer l'audace et la créativité.

### **Programme :**

Introduction au design fiction

1. Qu'est-ce que le design fiction ? (dont définition de la méthodologie Design Fiction)
2. Pourquoi est-il important de se projeter dans le futur ?
3. Workshop design fiction (travail de groupe)
  - a. 1° Identification signaux faibles dans le secteur du tourisme + mise en lien avec tendances sociétales
  - b. Extrapolation des signaux faibles avec méthodologie « Et si » ; « donc »
  - c. Description et matérialisation d'un futur probable imaginaire
  - d. Quelles décisions pour le présent ?

### **Modalités pédagogiques :**

Formation basée sur les démarches concrètes et en rapport direct avec le terrain, sur des mises en situation, ateliers Campus Création de Beelys, hackathon (séance d'expérimentation de la pensée créative individuelle et collective).

### **Modalité de contrôle des connaissances :**

Un projet de groupe sur la prospection de la ville de Lyon

### **Bibliographie et/ou sitographie conseillées:**

Kelley, D. and Kelley, T. (2015) *Creative Confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Harper Collins, USA.

Liedtka, Jeanne (September 2018). "Why design thinking works". Harvard Business Review.