



LICENCE PROFESSIONNELLE NÉGOCIATION ET COMMERCIALISATION DE PRESTATIONS TOURISTIQUES SPÉCIALISÉES (NCPTS)

2024-2025

Guide de l'étudiant et de l'étudiante
Département LEA

TABLE DES MATIÈRES

1. Mes contacts.....	5
1.1 Mes contacts administratifs.....	5
1.1.1 Comment contacter l'UFR des Langues ?.....	5
1.1.2 Qui sont les gestionnaires de scolarité ?.....	6
1.1.3 Que faire quand je suis absent(e) ?.....	6
1.1.4 J'ai des questions concernant mon orientation.....	7
1.2 Mes contacts pédagogiques.....	7
1.2.1 Les responsables du département LEA.....	7
1.2.2 Les responsables de formation.....	7
1.2.3 Les enseignantes et les enseignants.....	8
1.3. Les réseaux sociaux.....	10
1.3.1 Les sites internet.....	10
1.3.2 LinkedIn, Facebook et YouTube.....	10
2. Mes services.....	11
2.1 Santé.....	11
2.1.1 Je souhaite bénéficier d'une consultation médicale.....	11
2.1.2 Je suis une personne en situation de handicap.....	11
2.1.3 Je suis une personne en situation de détresse psychologique.....	12
2.2 Culture.....	12
2.3 Finances.....	12
2.4 Association.....	13
2.5 Langues transversales.....	13
2.5.1 Le Centre de Langues (CdL).....	13
2.5.2 Le Tandem des langues.....	14
2.5.3 Le parrainage/marrainage entre étudiantes et étudiants français et internationaux.....	14
3. Mes cours.....	15
3.1 Semestre 5.....	15
3.1.1 Maquette des cours.....	15
3.1.2 Compléments descriptifs des enseignements.....	17

3.6	Semestre 6.....	36
3.6.1	<i>Maquette des cours</i>	36
3.6.2	<i>Compléments descriptifs des enseignements</i>	38

4. Mes examens 51

4.1	Les modalités de contrôle de connaissances et de compétences (MCCC).....	51
4.1.1	<i>Définitions</i>	51
4.1.2	<i>Le déroulement des examens</i>	51
4.1.3	<i>Autres cas</i>	52
4.2	Mes examens en contrôle continu (CC).....	52
4.3	Mes examens terminaux (CT).....	52
4.4	Assiduité.....	53

1. Mes contacts

1.1 Mes contacts administratifs

1.1.1 Comment contacter l'UFR des Langues ?

L'UFR des Langues est accessible sur les deux campus de l'Université Lumière Lyon 2 :

Campus Berges du Rhône (BdR)

18 Quai Claude Bernard
69 365 Lyon Cedex 07
+33 (0)4 78 69 71 42

Campus Porte des Alpes (PdA)

5 avenue Pierre Mendès-France
69 500 Bron
+33 (0)4 78 77 26 65

Par mail, veuillez contacter : Mme. Daniella BARDOT-RIVIERE, Responsable administrative et financière, à l'adresse suivante daniella.bardot-riviere@univ-lyon2.fr.

À votre arrivée à l'Université Lumière Lyon 2, l'administration vous a attribué une adresse universitaire (**prenom.nom@univ-lyon2.fr**). Vous devez n'utiliser que cette adresse lorsque vous voulez contacter un ou une enseignante ou un personnel de l'administration.

Pour écrire un mail à un membre de l'Université, vous devez respecter les critères suivants :



Vous devez communiquer qu'avec votre **adresse mail universitaire** (prenom.nom@univ-lyon2.fr) qui vous a été attribuée à votre arrivée à l'Université Lumière Lyon 2. Ainsi, vous ne devez communiquer qu'avec les adresses universitaires des enseignants et des enseignantes ainsi que des personnels administratifs.



Votre mail doit toujours comporter un **objet**. La description de l'objet doit être courte et précise. Exemple : *inscription TD anglais*



Votre mail doit être encadré par des **formules de politesse**. Il doit commencer par un « Bonjour » / « Monsieur, Madame » (ne pas utiliser « Cher, Chère ») et se terminer par un « Cordialement », « Dans l'attente cordiale d'une réponse de votre part » ou encore par un « Merci par avance pour votre réponse ». À l'écrit comme à l'oral, je vouvoie tous les membres de l'équipe pédagogique et de l'équipe administrative.



Votre mail doit toujours contenir une **signature électronique** afin que votre interlocuteur ou interlocutrice vous identifie correctement. Vous devez indiquer votre prénom, votre nom, votre niveau, votre mention, votre parcours, votre mail et votre numéro étudiant.

Exemple :

Jean Ducret
Licence professionnelle NCPTS
jean.ducret@univ-lyon2.fr / N°12345678



Attention : les règles de politesse s'appliquent aussi lors des rendez-vous physiques. Je vouvoie les personnels, je frappe à la porte et j'attends qu'on me dise d'entrer, je respecte les horaires et je viens seul(e) en entretien.

1.1.2 Qui sont les gestionnaires de scolarité ?

Fonction	Coordonnées	Campus
Responsable de scolarité BdR	Florence COLLET-PRIOLET Bureau ATH 168 / 04 78 69 71 79 florence.collet-priolet@univ-lyon2.fr	BdR
Responsable de scolarité PdA	Fabienne MAR Bureau O42 / 04 78 77 26 65 fabienne.mar@univ-lyon2.fr	PdA
Gestionnaire LP et L3 LEA	Andrea ARIOTTI Bureau ATH 151 / 04 78 69 71 46 scol.L3lea@univ-lyon2.fr	BdR



Vous ne trouvez pas le contact d'un ou d'une gestionnaire de scolarité ? Toutes les adresses universitaires des personnels administratifs de l'UFR sont dans l'onglet [Équipe administrative](#) sur le site de l'UFR des Langues.

1.1.3 Que faire quand je suis absent(e) ?

Les absences doivent toujours être **justifiées** par un avis du médecin, une attestation ou tout autre document qui fait foi. Quand vous êtes absent ou absente, le premier réflexe que vous devez avoir est de contacter les enseignantes et enseignants avec lesquels vous avez cours sur la journée par mail :

- Vous leur expliquez brièvement votre situation et vous leur demandez les modalités de rattrapage pour les cours manqués ;
- Vous mettez en copie le ou la gestionnaire de scolarité qui vous accompagne ;
- Et vous mettez en pièce jointe votre document justificatif.



Vous trouverez les mails universitaires de toutes les enseignantes et les enseignants dans la rubrique [Équipe pédagogique](#) du site de l'UFR des Langues.

1.1.4 J'ai des questions concernant mon orientation



Le [Centre d'Orientation, des Stages et de l'Insertion des Étudiants/étudiantes \(COSIE\)](#) propose à toutes les étudiantes et les étudiants de l'Université un accompagnement pour toute question d'orientation et d'insertion professionnelle.

Vous pouvez également contacter votre Coordinatrice des études Mme. Maude AUBERSON :

Par mail : ms.auberson@univ-lyon2.fr / Par téléphone : 06 20 52 36 35

1.2 Mes contacts pédagogiques

1.2.1 Les responsables du département LEA

Fonction	Coordonnées
Directrice	Cécile POIX c.poix@univ-lyon2.fr
Directrice adjointe	Marie-Laure DURAND marie-laure.durand1@univ-lyon2.fr
Directeur adjoint	Sylvain TROUSSELARD sylvain.trousselard@univ-lyon2.fr

1.2.2 Les responsables de formation

Fonction	Coordonnées
Responsable L3	Thanh-hà BARGAS thanh-le@univ-lyon2.fr



1.2.3 Les enseignantes et les enseignants

BELDILALI Marouan :

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

BONZOM Alice : Agrégée d'anglais, docteure en histoire britannique, MCF en civilisation et en traduction technique et commerciale. Expérience de traductrice professionnelle dans le domaine du tourisme, de la culture (cinéma, opéra) et de la mode.

CLAIR Mathias : Mathias Clair est Co-fondateur d'un laboratoire cosmétique bio à façon spécialisé dans l'hygiène corporelle sans plastique à usage unique. Nous avons également fondé Petit Roseau, la première marque de produit d'accueil liquides pour les hôtels 3 et 4 étoiles sans plastique à usage unique.

COLLOT Sandrine : 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. Parmi ses activités professionnelles on compte : l'accompagnement d'entrepreneurs, le pilotage et le développement de projets de développement économique, le management d'équipe et la formation professionnelle ainsi que l'enseignement.

- 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.
- dans le secteur du tourisme institutionnel, en office de tourisme au poste de guide-conférencier VPAH après un DEA Histoire de l'art

DE VELDER Sabrina : Enseignante universitaire et agrégée d'anglais, directrice du pôle Formation Continue en Langue et responsable pédagogique du DAEU (Diplôme d'accès aux études universitaires), elle enseigne une langue appliquée à des domaines particuliers (tourisme-le monde des bibliothèques-le commerce international) et intervient notamment dans le master tourisme de l'UFR Temps et Territoires.

DECHELETTE Marie :

DEGUELLE David : David Deguelle est un entrepreneur individuel qui est à la fois professionnel des activités de pleine nature mais aussi expert en attractivité du territoire, coach et formateur. Il est diplômé d'une maîtrise de Géographie en aménagement du territoire et d'un MBA en Marketing et Management du sport. 24 ans d'expérience dans le monde des offices de tourisme en montagne.

DRIGEARD Alix : Professeure certifiée en économie-gestion, Alix Drigeard est en charge du Marketing de service en BTS tourisme et de la Relation client à Distance et Digitalisation en BTS Négociation et digitalisation de la relation 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.
- En collectivité territoriale au poste de responsable social média - application et gestion des réseaux sociaux et des outils numériques dans une collectivité.
- 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.

FAUGIER Etienne : Maître de conférences en histoire contemporaine, spécialiste d'histoire des transports, des mobilités et du tourisme. Co-responsable de la licence professionnelle guide-conférencier médiateur culturel.

FOURGEAUD Camille : 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.

LAURET Jocelyn : Actuellement expert-comptable, commissaire aux comptes, associé KPMG.

MAGNON-PUJO Tanguy : Concepteur en jeux pédagogiques, Tanguy Magnon-Pujo développe et étend les possibilités du marketing expérientiel à l'industrie touristique.

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

RIVOLLIER Baptiste : Baptiste Rivollier est commercial spécialisé en grande distribution ainsi que formateur.

SIMON Hélène : Hélène Simon 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.

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

MES CONTACTS

VELEANU Corina : MCF anglais juridique et économique, chargée de la coordination et de l'enseignement de cours d'anglais de spécialité juridique et économique depuis 2006 ; coordination, création de contenu pédagogique et enseignement des TDs « langue appliquée et traduction – anglais dédié ».

VIALLE Manon : 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.

1.3. Les réseaux sociaux

1.3.1 Les sites internet



- UFR des Langues : <https://langues.univ-lyon2.fr/>
- Rubrique Licence professionnelle NCPTS : <https://langues.univ-lyon2.fr/formation/lp-commercialisation-des-produits-touristiques>

1.3.2 LinkedIn, Facebook et YouTube

- LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/ufr-des-langues/>
- Facebook : <https://www.facebook.com/Universite.Lumiere.Lyon2/>
- YouTube : <https://www.youtube.com/user/UnivLyon2>



2. Mes services

2.1 Santé

2.1.1 Je souhaite bénéficier d'une consultation médicale



L'équipe du [Service de santé universitaire \(SSU\)](#) est composée de médecins, d'infirmiers, d'une diététicienne, de psychologues et d'une maïeuticienne et est renforcée par une équipe administrative qui vous accueille sur place ou par téléphone. Si vous avez un ou une médecin traitant à proximité, vous devez, en priorité, prendre rendez-vous auprès de lui/elle.

Accueil du lundi au vendredi sur rendez-vous uniquement :

- de 8h30 à 17h30 sur le campus Berges du Rhône (BDR)
- de 8h30 à 12h30 puis de 13h30 à 17h sur le campus Porte des Alpes (PDA) - non accessible aux personnes à mobilité réduite (PMR)

Contact : Par téléphone : 04 78 77 43 10
Par mail : ssu@univ-lyon2.fr

Le SSU est aussi un des lieux où vous pourrez avoir gratuitement des préservatifs (féminins et masculins) mais aussi des protections féminines menstruelles.

Campus Berges du Rhône (BdR)	Campus Porte des Alpes (PdA)
Bâtiment GAIA rdc 86 rue Pasteur 69007 Lyon Arrêt Centre Berthelot (T2) Accès PMR	Bâtiment 1 de l'IUT, 1 ^{er} étage 106 bd de l'Université 69500 Bron Arrêt Parilly-Université (T2) Pas d'accès PMR

2.1.2 Je suis une personne en situation de handicap



La [Mission Handicap](#) est un service de l'Université Lumière Lyon 2 qui déploie un système d'accompagnement adapté aux personnes en situation de handicap au sein de l'établissement.

Accueil :

- les lundi, mercredi, jeudi et vendredi de 8h30 à 12h30 puis de 13h30 à 17h
- le mardi de 8h30 à 11h30 puis de 14h30 à 17h

Contact : Par téléphone : 04 78 77 31 05

Par mail : mission.handicap@univ-lyon2.fr

Rendez-vous possibles les jeudis sur le campus BDR dans les locaux du SSU. Vous pouvez également contacter Mme. Idoli CASTRO, référente handicap à l'UFR des Langues à idoli.castro@univ-lyon2.fr.

2.1.3 Je suis une personne en situation de détresse psychologique



La situation de détresse psychologique chez les étudiants et les étudiantes est à prendre très au sérieux. Ne vous isolez pas, contactez le SSU pour prendre un rendez-vous ou appelez directement les numéros verts spécialisés listés ci-dessous :

- Si vous souffrez d'isolement, de démotivation ou d'épuisement, appelez la **Plateforme d'écoute pour les étudiantes et les étudiants** mise en place par la Région Auvergne-Rhône-Alpes ouverte 24h/24 7j/7 au 04 26 73 32 32.
- Si vous souffrez de stress ou que vous adoptez des comportements à risque, demandez un entretien individuel en ligne ou par téléphone avec un psychologue du **Dispositif d'écoute et de soutien** gratuit, disponible du lundi au vendredi de 9h à 20h et le samedi 10h à 14h sur inscription par téléphone 07 64 42 92 59.
- Si vous ou un proche souffrez de problèmes de santé mentale, contactez la **Plateforme Live du Vinatier**, disponible 7j/7 de 8h à 20h par téléphone au 04 37 91 55 99 ou via live@ch-le-vinatier.fr.
- Pour n'importe quel type d'urgence nocturne, appelez la ligne d'écoute **Nightline** de 21h à 2h30 du matin au 04 85 30 00 10.

Retrouvez toutes les informations sur l'accompagnement psychologique des étudiants et des étudiantes sur la page dédiée de l'Université : <https://www.univ-lyon2.fr/universite/actualites-universitaires/accompagnement-psychologique-pour-les-etudiant-es>

2.2 Culture

L'Université Lumière Lyon 2 propose une riche programmation événementielle, scientifique et artistique. Pour ne rien manquer des actualités et événements culturels à la fac, suivez-nous sur les réseaux sociaux :

- Facebook : <https://fr-fr.facebook.com/cultureLyon2/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/culturelyon2/>
- Site internet : <https://www.univ-lyon2.fr/vie-des-campus/culture-lyon2>

2.3 Finances

En cas de difficultés personnelles, familiales, psychologiques, de santé, administratives ou financières, n'hésitez pas à prendre rendez-vous avec le service social du CROUS de l'Université Lumière Lyon 2. Le rôle de l'assistant ou de l'assistante de service social est de vous accueillir, de vous écouter, d'identifier les difficultés auxquelles vous êtes confronté et de définir avec vous un plan d'action pour vous accompagner dans la résolution de ces difficultés et ainsi favoriser votre réussite personnelle et universitaire (accompagnement dans les démarches, informations sur les droits, sur le budget, orientation vers des structures, médiation, instruction de demandes d'aides

financières, etc...). Les assistants et assistantes de service social sont soumises au secret professionnel et vous proposent donc un espace d'écoute en toute confidentialité.

Plus d'infos sur : <https://mesaides.universite-lyon.fr/>

Accueil : Des permanences téléphoniques sont assurées par les secrétaires du service social les mardis de 13h30 à 16h30 et les jeudis de 9h à 12h au 04 72 80 13 25.

Le Service social ne reçoit que sur rendez-vous. En cas de difficulté, ne tardez pas à prendre un rendez-vous. Selon les périodes de l'année universitaire, les délais d'attente peuvent varier en moyenne de deux à quatre semaines. Des créneaux d'urgence peuvent

toutefois être proposés en cas de graves difficultés compromettant à court terme la poursuite d'études.

Contact : Écrivez un mail à ssocial@crous-lyon.fr en indiquant votre établissement d'inscription, votre filière, le motif de votre demande et vos coordonnées téléphoniques et pensez à joindre votre certificat de scolarité.

2.4 Association

S'engager dans une association permet de s'impliquer dans un projet de votre choix et de défendre une cause qui vous concerne. Cette implication est un moyen à la fois :

- **humain**, parce que vous donnez de votre temps pour apporter de l'aide à la société sur un sujet précis ;
- **personnel**, parce que vous vous donnez les moyens de découvrir de nouvelles perspectives et de rencontrer de nouvelles personnes qui partagent vos centres d'intérêt ;
- et **professionnel**, parce qu'en développant de nouvelles compétences et en vous intéressant à une cause en particulier, vous montrez à vos futures employeuses ou employeurs que vous savez vous investir et promouvoir les projets qui vous stimulent.

Votre engagement étudiant peut être valorisé sur votre diplôme. Plus d'infos sur : <https://www.univ-lyon2.fr/formation/les-bonus/>

À l'UFR des Langues vous pouvez vous inscrire à [l'association des étudiants et des étudiantes MINERVE](#) : s'engage à organiser des activités extrascolaires tels que des voyages, pique-niques linguistiques, des soirées cinéma, des correspondances avec les étudiantes et les étudiants des universités partenaires.

2.5 Langues transversales

2.5.1 Le Centre de Langues (CdL)

Le [Centre de Langues \(CDL\)](#) est un département de l'UFR des Langues qui :

- dispense les **cours de langues** transversales à toutes les étudiantes et les étudiants de licence (portail/L1 à la L3) ainsi qu'aux étudiants et aux étudiantes de Master 1 ;

MES SERVICES

- propose différents **dispositifs** permettant la pratique de langues étrangères en dehors des cours (ateliers de conversation, tandem,...) ;
- offre l'accès à diverses **certifications** telles que le CLES et le TOEFL ITP.

Les langues proposées sont : **allemand, catalan, italien, suédois, anglais, chinois, français langue étrangère, langue des signes françaises (LSF), portugais, arabe, espagnol, russe** et **ukrainien** et un module **intercompréhension**.

2.5.2 Le Tandem des langues

Le [Centre de Langues \(CDL\)](#) propose des groupes de travail en tandem : c'est un mode d'apprentissage autonome où deux personnes de langue maternelle différentes travaillent ensemble. Ils/elles sont tour à tour apprenant ou apprenante de la langue de l'autre, puis aidant ou aidante dans leur langue maternelle. Le Tandem des langues est une vraie opportunité d'apprendre une langue étrangère en la pratiquant avec une personne native.

Plus d'infos : <https://www.univ-lyon2.fr/formation/apprendre-pratiquer-une-langue/le-tandem-de-langues>

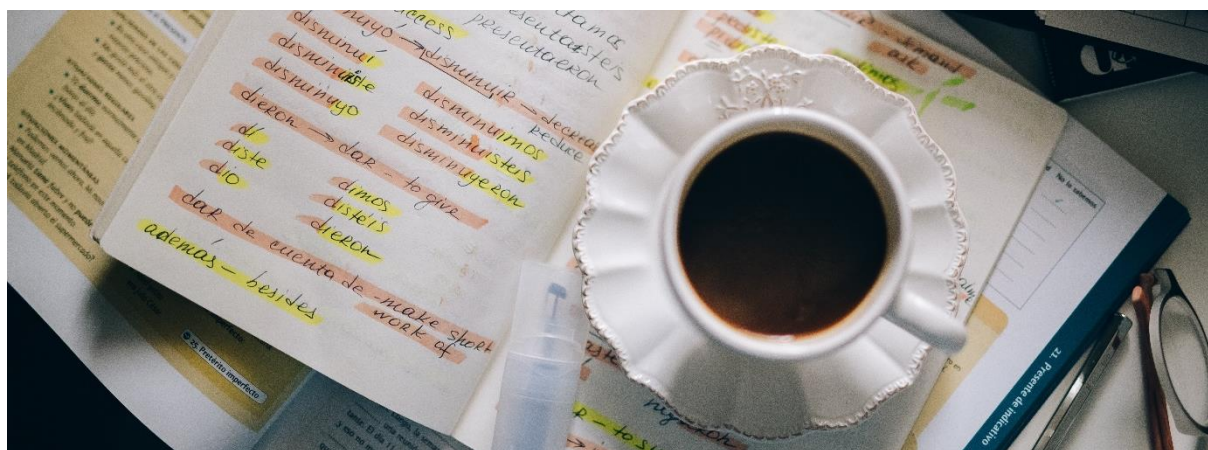
2.5.3 Le parrainage/marrainage entre étudiantes et étudiants français et internationaux

Ce dispositif consiste à mettre en lien des étudiantes et les étudiants internationaux avec les étudiantes et les étudiants locaux pour qu'ils puissent échanger et s'entraider. L'inscription à l'opération binôme se fait à chaque début de semestre (environ mi-septembre et mi-janvier) via le formulaire mis à disposition par le [service des relations internationales](#). Des rencontres sont organisées tout au long du semestre pour que les binômes puissent échanger leurs expériences dans une ambiance interculturelle.

Contact : operationbinome@listes.univ-lyon2.fr

Suivez les actualités du programme Alter Ego sur la page **Facebook** : <https://www.facebook.com/beilyon2>

Le but de ce dispositif est principalement celui de créer des liens sociaux. Si votre intérêt se porte plus précisément sur les échanges linguistiques, le dispositif Tandem sera mieux adapté.



3. Mes cours

3.1 Semestre 5

3.1.1 Maquette des cours

	Code apogée	Intitulé	Type	Responsable	Objectifs
UE 1 Savoirs fondamentaux : environnement touristique (4 ECTS)	36BTEA03	Fondamentaux du tourisme	CM 18h	Anthony SIMON	Maîtriser les savoirs fondamentaux relatifs au monde du tourisme et des loisirs Être 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 (voir plus)
	35CTLA02	Droit du tourisme	TD 18h	Marie DECHELETTE	Connaître les fondamentaux en droit des contrats, droit public, droit social, droit des obligations et droit des sociétés afin d'acquérir des réflexes juridiques (voir plus)
	35CHSD03	Introduction gestion comptabilité	TD 20h	Jocelyn LAURET	Comprendre les grands principes de la comptabilité française (voir plus)
	36CTLB01	Fondamentaux de la Vente et de la Prospection Commerciale	TD 20h	Marouan BELDJILALI	Acclimater les étudiants aux notions fondamentales du marché, à la prospection et aux techniques de vente dans le domaine du tourisme. Les divers métiers de la vente seront explorés en détail, avec une attention particulière à leurs rôles et leurs impacts dans l'industrie touristique. Ce module sera déployé à travers une approche pédagogique axée sur des sessions d'échanges et de mises en situation (voir plus)
UE 2 Culture et sociétés (5 ECTS)	23CHAA01	Société, culture, institution	CM	Alice BONZOM	Familiariser les étudiantes et les étudiants avec des notions historiques clefs pour comprendre la façon dont ont été fondés et façonnés le Royaume-Uni et les Etats-Unis (voir plus)
	35CTLB01	Communication et management interculturel	TD 18h	Alice BONZOM	Comprendre et définir les contours de la notion de culture et d'interculturalité (voir plus)
	35CTLB02	Anglais professionnel 1	TD 21h	Corina VELEANU	Découverte de différents champs d'application de l'anglais du tourisme (voir plus)
	35BTEA02	Grands enjeux du monde contemporain	CM 21h	Etienne FAUGIER	Aborder le tourisme dans ses enjeux contemporains et d'avenir. Il sera question de surtourisme, d'anthropocène, de conflits entre locaux et touristes, d'enjeux de durabilité (voir plus)

MES COURS

UE 3 Communication numérique promotionnelle (3 ECTS)	35CTLC01	Marketing digital	TD 18h	Alix DRIGEARD et Tanguy MAGNON-PUJO	Voir le descriptif détaillé
	35CTLC02	Les multimédias	TD 18h	Morgane BLACHON	Passer d'une utilisation personnelle à une utilisation professionnelle des outils numériques (voir plus)
UE 4 Compétences professionnelles (3 ECTS)	35CTLD01	La posture professionnelle	TD 10h	Camille FOURGEAUD	Comprendre la notion de posture professionnelle et ses enjeux et intégrer les codes d'une attitude pro (voir plus)
	35CTLD02	Méthodologie et postures entrepreneuriales	TD 24h	Mathias CLAIR	Acquérir les compétences entrepreneuriales et des outils pour penser l'innovation dans le secteur, grâce à un dispositif immersif et des ressources disponibles (voir plus)
	35CTLD03	Projet tutoré : mise en place	TD		
UE 5 Travaux pratiques (15 ECTS)	35CTLE01	Alternance suivi	ALT suivi		
	35CTLE02	Stage suivi	ST suiv		

3.1.2 Compléments descriptifs des enseignements

36BTEAO3 UE 1 Savoirs fondamentaux : environnement touristique - Fondamentaux du tourisme (Anthony SIMON)

Programme :

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

MES COURS

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 : 1h45.

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.

35CTLA02 UE 1 Savoirs fondamentaux : environnement touristique - Droit du tourisme (Marie DECHELETTE)

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 pratique et épreuve orale

Bibliographie et/ou sitographie conseillées : Code civil, Code du tourisme, Site Dalloz

35CHSD03 UE 1 Savoirs fondamentaux : environnement touristique - Introduction gestion comptabilité (Jocelyn LAURET)

Objectifs :

- 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 :

- 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 ;
- Les documents préalables à l'interprétation des comptes annuels : k-bis, statuts et comptes annuels - benchmark sectoriel, note Banque de France
- 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 ;
- Comptabilisation des achats, des ventes, de la trésorerie, de la TVA, immobilisations et amortissements ;
- La procédure d'établissement des comptes annuels et le process trésorerie à la clôture ;
- 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')

36CTLBO1 UE 1 Savoirs fondamentaux : environnement touristique - Fondamentaux de la Vente et de la Prospection Commerciale (Marouan BELDJILALI)

Programme :

1. *Introduction au marché touristique et aux secteurs de la vente*

Contenu :

- Présentation du marché du tourisme : Exploration des différents acteurs de ce secteur. Analyse des tendances récentes et des innovations dans l'industrie.
- Les secteurs de la vente dans le tourisme : Différenciation entre les ventes B2B et B2C dans le contexte du tourisme. Importance de comprendre les besoins et les attentes spécifiques des clients. Analyse des stratégies de vente : développement de la marge, ventes additionnelles...

2. *La prospection : étapes et stratégies*

Contenu :

- Identification des prospects : Techniques pour identifier et segmenter les prospects potentiels dans le secteur du tourisme, en utilisant des critères tels que la taille de l'entreprise, le comportement d'achat et les besoins spécifiques. Différencier les étapes en B2B et B2C sur le marché du tourisme.
- Stratégies de prospection : Élaboration de stratégies efficaces pour attirer et convertir les prospects, y compris l'utilisation de canaux en ligne (marketing digital, réseaux sociaux) et hors ligne (salons professionnels, networking).

Méthodes pédagogiques :

- Travail en groupe où les étudiants développent des stratégies de prospection pour différents types de clients dans le secteur du tourisme.
- Simulation de prospection : Jeux de rôle par groupe où les étudiants se placent en « chasseurs ». L'objectif sera de réaliser des sessions de prise de rendez-vous « prospect » et de déjouer les barrières afin d'obtenir un rendez-vous. S'ensuivra une séance de questions-réponses avec un partage d'expériences.

3. *Les étapes de la vente : découverte et proposition*

Contenu :

- Phase de découverte : Structurer ses questions de découvertes (questions ouvertes et fermées) afin de comprendre les besoins spécifiques des clients potentiels dans le tourisme. Importance de l'écoute active et de la compréhension des motivations d'achat.
- Présentation de propositions : Structuration de propositions attractives qui mettent en valeur les avantages uniques des produits ou services touristiques offerts.

MES COURS

Méthodes pédagogiques : Travaux de groupe pour réaliser la meilleure découverte possible, puis cas pratique sur une découverte dans le cadre d'une vente de destination de voyage (ou autre secteur lié au tourisme).

4. *Les étapes de la vente : argumentation et conclusion*

Contenu :

- Argumentation persuasive : Techniques pour développer des arguments solides et convaincants qui répondent aux objections potentielles des clients, l'importance des données en argumentation, et techniques de négociation : 4C.
- Conclusion de la vente : Techniques pour conclure efficacement une vente en mettant en avant les avantages pour le client et en assurant un suivi post-vente.

Méthodes pédagogiques : Jeux de rôle avancés : « Comment convaincre » - Brainstorming sur les techniques efficaces de négociation et mise en pratique de la négociation en général (l'idée est de montrer que nous négocions dans tous les aspects de la vie, et de ne pas avoir peur d'utiliser cette compétence dans les entreprises).

5. *Focus : La prospection et la vente : un état d'esprit avant tout*

Contenu :

Motivation et stratégie : Une fois la partie théorique finie, un rappel sur l'importance de la planification stratégique ainsi que de l'état d'esprit à adopter lors du processus de vente. Exploration des caractéristiques essentielles d'un chasseur (prospecteur) et d'un vendeur/commercial dans le secteur du tourisme.

Méthodes pédagogiques : Évaluation globale : Évaluation des élèves par groupe, où l'enseignant jouera le rôle de client ou d'acheteur et les étudiants celui de vendeur/commercial. Un cas différent sera abordé selon les groupes. Après chaque passage, une analyse des cas sera effectuée afin d'en tirer des conclusions. Une note sur 20 sera attribuée à chaque groupe

23CHAA01 UE 2 Culture et sociétés – Société, culture et institution (Alice BONZOM)

Le cours a pour objectif de familiariser les étudiantes et les étudiants avec des notions historiques clefs pour comprendre la façon dont ont été fondés et façonnés le Royaume-Uni et les Etats-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 étudiantes et étudiants 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 Etats-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 étudiantes et les étudiants 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.

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
- 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=PL8dPuualjXtMwmepBjTSG593eG7ObzO7s>.
- 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>.

MES COURS

- 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.

35CTLB01 UE 2 Culture et sociétés - Communication et management interculturel (Alice BONZOM)

Objectifs du cours :

- Comprendre et définir les contours de la notion de culture et d'interculturalité
- Découvrir les grandes théories de l'interculturel (Hall, Hofstede...) pour disposer d'outils précis et applicables facilement à la pratique quotidienne du métier
- Enrichir ses capacités de négociation : 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
- Savoir interroger ses préconceptions, observer sans juger, analyser et interpréter des situations interculturelles complexes
- Savoir (ré)agir dans différents contextes culturels dans le milieu du tourisme : repérer et interpréter différents indicateurs multiculturels, les éventuelles tensions et potentiels risques, adapter son comportement, ses gestes, ses expressions (communication verbale et non-verbale)
- Mobiliser les connaissances acquises dans les autres cours pour approfondir sa connaissance des cultures étudiées et pour améliorer ses compétences métier (confection de documents professionnels ciblés, réponses adaptées, etc.)
- Maîtriser des codes culturels multiples pour mieux comprendre et convaincre, savoir et promouvoir, rassurer et négocier, optimiser et apaiser, dynamiser et gérer une équipe multiculturelle

Thématiques au programme :

- *Are you a peach or a coconut?* Discussions et mise en place d'un cadre théorique et définitionnel clair (culture et cultures, interculturel, construction de l'identité, intersectionnalité, micro & macro-culture, subcultures, iceberg culturel, etc.).
- Contacts interculturels : stratégies d'intégration, ethnocentrisme et exotisme, choc culturel, préjugés
- Communication verbale & non-verbale : codes conversationnels ; codes narratifs, rituels, intonatifs et rythmiques ; proxémie et rapport à l'espace
- Communication touristique : images et représentations, supports, numérique
- Théories et notions clefs pour comprendre et s'adapter à d'autres cultures, par exemple : implicite et explicite dans la communication interculturelle, politesse et franchise, conception du temps, types de confiance, individualisme et collectivisme, affrontement et évitement, etc.

Déroulement des cours :

- Participation active : récits d'expériences personnelles, *ice-breakers*, *role-playing games*, cas pratiques, mises en situation, élaboration et préparation de projets, présentation de notions, comptes-rendus d'articles, etc.
- Apports théoriques sur des notions clefs
- Apports pratiques sur comment agir et réagir dans différentes situations de communication professionnelle interculturelles

MES COURS

Bibliographie :

AQUILINA, M., MAHEO, C., PUGNIERE-SAAVEDRA, F. (dir). *La communication touristique, vers de nouvelles interfaces ? Du discours aux représentations territoriales*. Presse de l'Université de Laval : Québec, 2018. [en ligne sur le site de la BU]

BOLLINGER, D. et HOFSTEDE, G. *Les différences culturelles dans le management. Comment chaque pays gère-t-il ses hommes ?*, Ed. d'Organisation : Paris, 1987.

CHEVRIER, S. *Le management interculturel*. PUF : Paris, 2019

Hall, E.T. *The silent language*. Doubleday : New York, 1959 ; *Le langage silencieux*, Seuil : Paris, 1971.

LADMIRAL, J.-R., Lipiansky, E.-M. *La communication interculturelle*. Editions Les belles lettres : Le Kremlin-Bicêtre, 2013.

MEIER, Olivier. *Management interculturel. Stratégie, organisation, performances*. Dunod : Paris, 2016.

REY, D. *Communication et management interculturels*. Afnor : Paris, 2016. [en ligne sur le site de la BU]

Modalité de contrôle des connaissances : Dossier et écrit

35CTLBo2 UE 2 Culture et sociétés – Anglais professionnel 1 (Corina VELEANU)

Descriptif : Découverte de différents champs d'application de l'anglais du tourisme. Sensibilisation aux différents documents nécessitant traduction dans le domaine du tourisme: brochures, plaquettes commerciales, guides, communiqués de presse, sites Internet, communiqués de presse, rapports, visites guidées, bulletins d'information, audio-tours, contrats, conditions générales de vente. Sensibilisation à l'importance des connaissances terminologiques, ainsi qu'aux outils nécessaires dans le travail de traduction et de rédaction dans le domaine du tourisme. Définir la langue de spécialité et son utilisation. Définir la terminologie de spécialité et son utilisation. Maîtriser les procédés de traduction et le vocabulaire pertinent du secteur du tourisme en anglais et en français.

Programme: Séances de traduction et de travail terminologique dans le domaine d'application du tourisme (anglais - français), domaine protéiforme constitué de plusieurs sous-domaines d'application : économique, juridique, communication, marketing, journalisme, etc.

Modalités pédagogiques: Exercices de traduction, de vocabulaire, recherches terminologiques.

Modalité de contrôle des connaissances: Contrôle continu, écrit et oral.

Bibliographie et/ou sitographie conseillées :

- <https://www.unwto.org/fr/tourism-in-2030-agenda>
- <https://www.unwto.org/fr/glossary-tourism-terms>
- https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/a23_10_unwto_framework_convention_EN.PDF
- <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006060098&dateTexte=20160903>
- <https://www.offices-de-tourisme-de-france.org/actualites/terminologie-des-offices-de-tourisme-comment-sy-retrouver>
- <https://www.destinationcanada.com/fr/glossaire>
- <https://translationjournal.net/October-2015/the-language-of-tourism-translating-terms-in-tourist-texts.html>

MES COURS

35BTEAO2 UE 2 Culture et sociétés - Grands enjeux du monde contemporain (Etienne FAUGIER)

Modalité de contrôle des connaissances: Contrôle continu, écrit et oral.

Bibliographie et/ou sitographie conseillées:

FASSIN Didier, *La société qui vient*, Paris, Seuil, 2023

FOURQUET Jérôme, *La France d'après*, Paris, Seuil, 2023

FOURQUET Jérôme, CASSELY Jean-Laurent, *La France sous nos yeux*, Paris, Seuil, 2021

35CTLC01 UE 3 Communication numérique - Marketing digital (Alix DRIGEARD et Tanguy MAGNON-PUJO)

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

Programme

Module 1	<ul style="list-style-type: none"> • Prise en main du cours à distance via la plateforme Google atelier numérique + progression des badges à obtenir avant les séances • Brainstorming sur un contexte d'entreprise ou d'organisation en lien avec le secteur du tourisme • Réalisation d'une étude de marché en utilisant des outils de curation de contenu • Définition d'une stratégie digitale en cohérence avec la stratégie de l'organisation ou de l'entreprise choisie et des publics cibles • Réalisation d'un <i>persona</i> • Conception d'une ligne et d'un calendrier éditorial
----------	--

Module 2	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification de la maîtrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance • Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente • Création d'un site vitrine avec Wordpress • Focus sur le droit du Web : licence Creative Commons, droit d'auteur, mentions obligatoires • Rédaction d'un article en lien avec le calendrier éditorial défini
Module 3	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification de la maîtrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance • Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente • Illustration d'un thème éditorial en réalisant une infographie • Mise en œuvre de la stratégie de visibilité et d'engagement : étiquette, mots clefs, call to action, formulaire
Module 4	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification de la maîtrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance • Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente • Choix des médias sociaux pertinents en fonction des persona et de la stratégie digitale définie • Écriture d'un post en maîtrisant les codes de rédaction sur les réseaux sociaux • Mise en place d'un jeu concours, sondage.... Pour susciter l'engagement de la communauté
Module 5	<ul style="list-style-type: none"> • Vérification de la maîtrise des connaissances nécessaires au déroulement de la séance • Retour sur les travaux réalisés à la séance précédente • Mesure de la performance de la stratégie digitale à partir de situations simulées : a) Analyse d'indicateurs de performance ; b) Diagnostic ; c) Remédiations possibles • Développer son <i>personal branding</i> via les RS

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/>

35CTLC02 U3 Communication numérique - Les multimédias (Morgane BLACHON)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. Maîtriser les outils bureautiques
 - a. Appréhender la mise en forme d'un rapport professionnel
 - b. Création et illustration de tableaux et des graphiques
 - c. Création de supports animés et d'un document type pour l'entreprise
2. L'environnement informatique
 - a. Connaissance des systèmes d'exploitation
 - b. Utiliser les différents systèmes d'exploitation
3. Travailler avec des outils collaboratifs
 - a. Présentation de l'intérêt du travail et des outils collaboratifs
 - b. Aborder les outils collaboratifs suivants ; Trello, Google Suite, Office 365
4. RGPD et utilisation des réseaux sociaux dans le milieu professionnel
 - a. Approche théorique de la RGPD en entreprise
 - b. Bien sécuriser ses comptes personnels et professionnels
 - c. Présentation des réseaux sociaux et de leurs utilisations professionnelles
 - d. 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 : Réaliser une étude de cas sur un sujet donné (informatique, réseaux sociaux, outils collaboratifs...) et respecter les conditions de mise en forme imposées.

Bibliographie et/ou sitographie conseillées :

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

35CTLD01 UE 4 Compétences professionnelles - La posture professionnelle (Camille FOURGEAUD)

Objectifs :

- 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 :

- 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.

Déroulé		
Séance 1 (3h)	<i>Concepts et enjeux : la posture professionnelle ou l'importance des compétences comportementales</i>	<p>Apports théoriques : soft skills et communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Enjeux</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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)	<i>La posture professionnelle au sein de l'entreprise</i>	<p>Les deux volets de la relation professionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interne : la hiérarchie et les collaborateurs • Externe : la clientèle et les partenaires • Focus sur la gestion d'une situation conflictuelle, d'un malentendu <p>La démarche projet pour maîtriser sa posture :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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)	<i>Le développement de son employabilité (pour intégrer l'entreprise)</i>	<p>Méthodologie de la préparation des candidatures :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La posture professionnelle dès la candidature • Le réseau : concept et développement • La notion de trajectoire professionnelle <p>Focus sur l'entretien de recrutement</p>

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/>

35CTLDo2 UE 4 Compétences professionnelles – Méthodologie et posture entrepreneuriale (Mathias CLAIR)

Descriptif : 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 :

- a. Méthodologie et posture entrepreneuriales S1 :
 - a. Hackathon créatif /idéation
 - b. Conférence concours Campus et méthodologie entrepreneuriale
 - c. Prototypage
 - d. Étude de marché
 - e. Business Model
- b. Innovation dans le tourisme S2 :
 - a. Business Plan
 - b. Stratégie commerciale, juridique et financière
 - c. Intra- et Entre-prendre dans le secteur du tourisme
 - d. 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 :

- 1 pitch (oral)
- 1 support du pitch (écrit)

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
- www.bpifrance-creation.fr
- www.beelys.org
- www.enactus.fr
- www.socialter.fr
- www.usbketrica.com

- www.futurs-souhaitables.org/nos-medias
- www.ted.com
- www.medium.com/anthropocene2050
- www.popsociences.universite-lyon.fr/?s=tourisme#resultats

3.6 Semestre 6

3.6.1 Maquette des cours

	Code apogée	Intitulé	Type	Responsable	Objectifs
UE 1 Analyses des marchés touristiques (4 ECTS)	36CTLA01	Analyse des marchés touristiques	TD 20h	Tanguy MAGNON-PUJO	Voir les différents outils de marketing (SWOT, PESTEL, Business model Canva, Benchmark, Portrait identitaire, Plateforme de marque, Positionnement, Persona, Marketing Mix,...) Saisir la diversité des applications du marketing et de ses outils (pour une entreprise, pour une marque ou pour un produit) Faire une étude de marché concrète en lien avec une étude de cas et adapter la stratégie (voir plus)
	36CTLA02	Enjeux de la destination touristique et la prestation touristique	TD 20h	David DEGUELLE	Mieux comprendre les visions individuelles de chacun des étudiants, mais aussi de créer des liens entre leurs visions et les expériences concrètes qu'ils auront acquises dans le monde professionnel du tourisme (voir plus)
UE 2 Commercialisation de prestations touristiques (4 ECTS)	36CTLBo2	Négociation commerciale	TD	Baptiste RIVOLLIER	Maîtriser les étapes d'un entretien commercial pour être en mesure d'assurer un RDV de vente (voir plus)
	36CTLBo3	Gestion de la communication externe	TD	Morgane BLACHON	Comprendre les enjeux de la communication externe dans différents domaines (voir plus)
	36CTLBo4	Autoformation : certification Google « Principes fondamentaux du marketing numérique »	FOAD		
UE 3 Gestion de la vente et après-vente (3 ECTS)	36CTLC01	Gestion de la relation client	TD 20h	Nathalie PINTUS	Être capable de définir une relation client adaptée pour accroître la performance de l'entreprise (voir plus)
	36CTLC02	Gestion de situations conflictuelles	TD 20h	Hélène SIMON	Comprendre les mécanismes comportementaux permettant d'innover avec intelligence en situation de négociation (voir plus)
UE 4 Enjeux de l'innovation (1 ECTS)	36CTLD01	Innovation dans le tourisme (design fiction)	TD 6h	Tanguy MAGNON-PUJO	Utiliser le design fiction dans le cadre d'un cours (voir plus)

UE 5 Anglais renforcé	36CTLE01	Anglais professionnel 2	TD 20h	Sabrina de VELDER	Développer les connaissances des étudiants dans le domaine de la langue de spécialité (anglais du tourisme) et de les préparer à passer une certification en anglais (voir plus)
UE 6 Travaux pratiques (15 ECTS)	35CTLE01	Projet suivi : mise en place	Projet suivi		

3.6.2 Compléments descriptifs des enseignements

36CTLA01 UE 1 Analyses des marchés touristiques – Analyse des marchés touristiques (Tanguy MAGNON-PUJO)

Programme :

- Cours 1 - 2h

Sujet : THEORIQUE → Présentation des outils marketing pour réaliser une étude de marché

Descriptif : Présentation du cours auprès des étudiant.es. Cours sur les outils de marketing utiles en vue de la réalisation d'une étude de marché (SWOT, PESTEL, Business Model Canva, Benchmark...). Réflexion sur l'utilisation de ces outils dans le cadre d'une étude de marché pour une entreprise, une marque ou un nouveau produit.

Format : Présentation

- Cours 2 - 2h

Sujet : THEORIQUE → Présentation des outils marketing pour organiser une stratégie

Descriptif : Cours sur les outils de marketing utiles en vue de l'organisation d'une nouvelle stratégie pour donner suite à une étude de marché (Positionnement, Persona, Portrait Identitaire, Plateforme de Marque, Mix Marketing...). Conclusion et aboutissement vers des actions concrètes à mener.

Format : Présentation

- Cours 3 - Sprint 1 - 7h

Sujet : MISE EN PRATIQUE → Présentation de l'étude de cas et mise au travail en faisant une étude de Marché

Descriptif : Présentation de l'étude de cas concrète. Test du produit par les étudiant.es en conditions réelles. Début du travail de groupe en faisant l'étude de marché du projet et du nouveau produit. Mise à disposition des outils vu en cours et coaching pour apprendre à les utiliser en contexte réel.

Format : Hackathon

Notation : Tous les éléments complétés et rendus à l'issue de ce cours comptent dans la notation écrite de mi-parcours et seront remis aux groupes au prochain cours

- Cours 4 - Sprint 2 - 7h

Sujet : MISE EN PRATIQUE → Reprise du travail effectué au dernier cours et mise au travail en imaginant la stratégie

Descriptif : Reprise de l'étude de marché effectuée par les groupes au dernier cours pour l'analyser. Imagination de la stratégie à adopter sur ce nouveau produit. Mise à disposition des outils vu en cours et coaching pour apprendre à les utiliser en contexte réel.

Format : Hackathon

Notation : Tous les éléments complétés et rendus à l'issue de ce cours comptent dans la notation écrite

- Cours 5 - Oraux - 2h

Sujet : Restitution orale devant un jury

Descriptif : Les différents groupes passent à l'oral pour présenter le travail effectué, leurs réflexions, les actions à mener par l'entreprise et les difficultés rencontrées (30 min d'oral maximum) devant un Jury composé d'enseignants et de professionnels.

Notation : Qualité de présentation, pertinence par rapport au projet, aisance à l'oral

Modalités pédagogiques : 1 étude de cas sur une problématique concrète d'un professionnel du tourisme qui donnera lieu à une étude de marché complète et l'établissement d'une stratégie marketing.

Modalité de contrôle des connaissances :

- Rendu Ecrit

Travail : Comprend l'ensemble des documents et outils utilisés tout au long du cours plus un dossier synthétique de 4-5 pages sur leurs réflexions justifiant leurs documents.

Format : dossier synthétique 4-5 pages maximum et documents récoltés au cours des 2 sprints

Notation : Pertinence de l'analyse, logique de la réflexion, présentation d'un dossier professionnel, niveau de français.

- Rendu Oral

Travail : Présentation oral présentant les solutions imaginées pour développer le produit avec justification

Format : Présentation professionnelle libre, chaque personne dans le groupe doit prendre la parole

Notation : Qualité de présentation, pertinence par rapport au projet, aisance à l'oral

36CTLA02 UE 1 Analyses des marchés touristiques - Enjeux de la Destination Touristique et de la Prestation Touristique (David DEGUELLE)

Description du cours :

Je souhaite que mon intervention soit un espace de liberté pour aller chercher avec vous les enjeux des destinations touristiques. Cette approche intuitive permettra non seulement de mieux comprendre les visions individuelles de chacun des étudiants, mais aussi de créer des liens entre vos visions et les expériences concrètes que vous avez acquises dans le monde professionnel du tourisme.

J'espère en 20h arriver à ce que vous soyez au travers mon intervention en capacité à aller chercher le bénéfice d'une approche opérationnelle du tourisme et ainsi favoriser votre prise de recul sur l'économie touristique actuelle. Cette démarche prospective aura pour objectif d'être en mesure d'enrichir votre boîte à outils en matière d'innovation et de créativité face aux nouveaux enjeux des destinations touristiques.

Programme :

- Module 1 : 6h30 : TD : quels sont les grands enjeux des destinations touristiques ?
- Module 2 : TD 6h30 : Conduire un projet touristique pour une destination, quels enjeux ? Quelles thématiques ? Quelle Méthodologie systémique opérationnelle.
- Module 3 : 6h30 : Exposé individuel sur une thématique choisie

Modalités pédagogiques : Partages d'expériences, ateliers en individuel et en groupe, mises en situation

Modalité de contrôle des connaissances : Ecrit et oral.

36CTLBo2 UE 2 Commercialisation de prestations touristiques - Négociation commerciale (Baptiste RIVOLLIER)

Objectifs : 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* (film)

36CTLB03 UE 2 Commercialisation de prestations touristiques - Gestion de la communication externe (Morgane BLACHON)

Descriptif : 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 :

- Le rôle de la communication externe
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication
- Les types de la communication
- Les moyens de la communication externe
- Les objectifs de la communication externe
- La cible de la communication externe

Modalité de contrôle des connaissances : Un plan de communication en groupe ou en individuel

36CTLC01 UE 3 Gestion de la vente et de l'après-vente – Gestion de la relation client (Nathalie PINTUS)

Programme :

DEFINIR LES OBJECTIFS DE LA GRC OU CRM :

- | | |
|--|--|
| 1. Compréhension de la situation de l'entreprise sur le marché | 3. Satisfaction et fidélisation des clients groupes et individuels |
| 2. Gestion et développement des prospects et clients | 4. Innovation avec de nouveaux produits et services |

STIMULER ET INSPIRER

- | | |
|---|--|
| 1. L'aménagement des espaces d'accueil | 4. Guide d'entretien, demande de cotation |
| 2. L'accueil physique et téléphonique | 5. Guide méthodologique de l'accueil numérique |
| 3. Définition des comportements et postures adaptés dans l'émission et la réception d'appels (verbal et non verbal) | 6. Faire vivre le produit |

DU PROSPECT AU CLIENT : PLANIFIER LES ETAPES DE LA VENTE

- | | |
|--|--|
| 1. Segmentation de la clientèle et stratégies GRC de reconquête, d'abandon, de rationalisation et fidélisation du client | 5. La prise de contact (méthode des 4/20) |
| 2. Les fondamentaux de la communication | 6. La découverte du client (SONCAS) et l'écoute active |
| 3. Les techniques facilitatrices ((PNL) | 7. La reformulation et la présentation d'une offre individualisée |
| 4. Le concept de négociation | 8. L'argumentation, la réponse aux objections, la conclusion de la vente |

GERER L'EXPERIENCE DU CLIENT

- | | |
|---|--|
| 1. Suivi des réservations du voyage et/ou du séjour avec le client | de séjour ou en voyage par l'accompagnement et l'animation |
| 2. Préparation du déroulement de la prestation ou produit touristique | 4. Nouveaux enjeux d'une relation client privilégiée : le client devient un ambassadeur du produit ou de la marque |
| 3. Gestion attentive de l'expérience et de la satisfaction du client sur son lieu | |

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 (max 5 pages). Mise en situation professionnelle orale à partir du travail de recherche réalisé.

Bibliographie et/ou sitographie conseillées :

- BENSALÈM Stéphanie et CHASSILLAN Idriss, *Gestion de la relation clientèle touristique*, 2019, ISBN : 978-2-37563-324-3. Ed. Le génie éditeur.
- www.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
- DIAS Georges-Édouard, *L'intelligence artificielle remet l'humain au cœur des stratégies marketing*, Espaces tourisme & loisirs / Mars 2018 / 6 pages
- FAKI Ahmat, *Sensego réinvente la relation client grâce à l'IA*, Espaces tourisme & loisirs / Mars 2018 / 4 pages
- Jean-Michel TOBELEM, *La gestion de la relation client : un outil pertinent pour les sites culturels*, Espaces tourisme & loisirs / Mai 2014 / 9 pages
- GAYET Joël et DELBAR Patrick, *Le nouveau marketing touristique est un marketing de la relation personnalisée*, Espaces tourisme & loisirs / Septembre 2008 / 7 pages
- Presse touristique : www.tourmag.com, Tour Hebdo, L'écho Touristique

36CTLCo2 UE 3 Gestion de la vente et de l'après-vente - Gestion des relations conflictuelles (Hélène SIMON)

Objectifs : 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*
 - 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*
 - 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 marche 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 »
- 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

MES COURS

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 PELABERE
- *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.

36CTLD01 UE 4 Enjeux de l'innovation - Innovation dans le tourisme (design fiction) (Tanguy MAGNON-PUJO)

Description du cours :

- Utiliser le design fiction dans le cadre d'un cours
- Apprendre aux étudiants à analyser une activité et à la regarder à travers le prisme du tourisme durable
- Préparer les étudiants à travailler sur l'avenir désirable de l'industrie touristique
- Ancrer leurs travaux et leur énergie dans des projets concrets et réalisables
- S'organiser, échanger, présenter et animer en anglais

Programme :

- Cours 1 - 2h

Sujet : Prise de conscience des enjeux et des dichotomies du tourisme durable

Descriptif : Confronter les étudiants à différentes problématiques rencontrées dans l'exercice d'activités touristiques, les interroger sur les enjeux et la réalité par rapport au tourisme durable tout en les faisant jouer. A la suite du jeu, un débriefing amenant à un débat est prévu.

Format : Jeu + débriefing

- Cours 2 - 2h

Sujet : Apprendre à construire un futur désirable en prenant l'exemple d'une activité touristique en regardant par le prisme du tourisme durable.

Descriptif : Rappel des enjeux du développement durable, de l'impact du tourisme dans celui-ci. Focus sur les différents leviers du développement durable. Puis présentation concrète du design fiction, avec des exemples de futurs accessibles et désirables. Lancer les étudiant.es dans cet exercice pour qu'à la fin du cours chacun des 3 groupes ait son futur désirable global.

- Cours 3 - 3h

Sujet : Narration des futurs désirables devant la promotion + débat et échange sur les moyens pour entraîner cette évolution.

Descriptif : Chaque groupe aura maximum une heure pour réaliser les deux tâches suivantes :

- Narrer de manière libre (journal de bord, émission de radio, lettres, pièce de théâtre,...) l'histoire des différentes étapes qu'elles ont imaginé pour atteindre leur horizon + 10 ans. Cette manière permet de marquer l'imaginaire et de mettre en action, d'où la tâche suivante.
- Le groupe devra animer un débat avec les autres étudiant.es et professeur.es présent.es afin d'ensemble faire grandir le projet voire concrétiser les actions à mettre en place pour réussir à atteindre cet horizon. Dans ce cadre, les étudiant.es devront à la fois garder le débat centré sur leur sujet, tout en abordant les différentes thématiques du tourisme durable pertinentes pour l'activité choisie. Il sera sûrement nécessaire de prévoir des moments de focus pour décrire l'activité choisie ou pour les spécificités des actions à mener.

MES COURS

Modalités pédagogiques: Exercice de pensée et imprégnation des enjeux du tourisme durable. Travail en groupe sur la projection design fiction qui alimente une nouvelle réflexion sur une activité précise

Modalité de contrôle des connaissances: Deux étapes de notation du dossier d'une séance sur l'autre et un oral commun avec le cours d'Anglais professionnel 2

36CTLE01 UE 5 Anglais renforcé - Anglais professionnel 2 (Sabrina de VELDER)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 étudiants au cours des deux semestres, sur le thème suivant : « *Transitioning issues for tourism in mountain regions* ».

Bibliographie et/ou sitographie conseillées :

- Ouvrages de référence :

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.

MÜLLER, Dieter K, *Tourism in Transitions*, Wicewoski Marek Editors, 2017.

- Ouvrages complémentaires :

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

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.

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

Presse anglophone spécialisée, sites web des musées et institutions.

Modalités pédagogiques: Jeux de rôle et mises en situation, prises de parole en public et test de positionnement.

Modalité de contrôle des connaissances : Contrôle continu : écrit et oral.

4. Mes examens

4.1 Les modalités de contrôle de connaissances et de compétences (MCCC)

4.1.1 Définitions

Suivant les objectifs pédagogiques annoncés pour la formation, l'acquisition des connaissances et des compétences peut être appréciée soit par un contrôle continu, soit par des examens de fin de semestre ou d'année d'études (examens terminaux), soit par ces deux modes de contrôle combinés. Les modalités de contrôle des connaissances et des compétences (MCCC) propres à chaque formation sont validées chaque année par la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire (CFVU) et portées à la connaissance des étudiantes et des étudiants au plus tard dans le mois qui suit le début de l'année universitaire (soit le 30 septembre), par voie d'affichage sur le site internet de l'Université et sur les sites internet des composantes (UFR et Instituts).

Les MCCC précisent pour chaque semestre ou année d'études :

- **Le régime et l'organisation des études et des examens et, sauf exception, des épreuves de seconde chance (session 2)**, dont :
 - Contrôle continu ou intégral, terminal, examens, seconde chance, modalités alternatives ;
 - Type d'épreuve (écrit, oral, dossier) pour chaque élément pédagogique ou chaque UE ;
 - Les règles de compensation et coefficients pondérateurs pour le calcul de moyennes, le cas échéant.
- Les **MCCC alternatives** pourront être mises en application dès lors que la fermeture administrative des locaux sera prononcée par décision du/de la Président(e) de l'Université et/ou par ordonnance ministérielle. D'autres modalités alternatives pourront être mises en œuvre en fonction des mesures législatives et réglementaires susceptibles d'être adoptées par les pouvoirs publics. La CFVU sera amenée à se prononcer sur la date d'application de ces modalités alternatives de contrôle des connaissances et de compétences votées en instance au début de l'année universitaire ainsi que sur l'application des modalités d'enseignement à distance.

4.1.2 Le déroulement des examens

Être en retard aux examens : Lorsque les MCCC prévoient des examens terminaux, l'accès aux salles d'examen est interdit à toute étudiante ou étudiant qui se présente plus de 1/3 du temps de la durée de l'examen après le début de la composition. Pour l'étudiant ou l'étudiante retardataire (moins de 1/3 du temps de la durée de l'examen) autorisée à entrer en salle d'examen, aucun temps supplémentaire de composition ne sera accordé. Mention du retard sera portée sur le procès-verbal de l'examen. En cas de situation entraînant des perturbations pouvant empêcher les étudiants et les

MES EXAMENS

étudiantes d'arriver à temps, des mesures exceptionnelles pourront être prises tout en préservant l'égalité de chances de toutes les étudiantes et les étudiants concernés par l'épreuve.

Se déplacer pendant les examens : Une fois les sujets distribués, aucun étudiant ou étudiante n'est autorisé à se déplacer et à quitter momentanément ou définitivement la salle avant la fin du tiers de la durée de composition, une fois les sujets distribués (même s'il/elle rend une copie blanche). Les étudiants et les étudiantes qui demandent à quitter provisoirement la salle ne pourront y être autorisés qu'un par un. Ils devront remettre leur copie au surveillant ou à la surveillante, qui la leur restituera à leur retour. Pour les épreuves d'une heure ou moins, aucune sortie ne sera autorisée avant la fin de l'épreuve.

4.1.3 Autres cas

Les étudiantes et les étudiants ne sont pas autorisés à avoir sur eux/elles, dans la salle d'examen, des documents, des outils électroniques, informatiques ou téléphones portables, sauf mention expresse du contraire, auquel cas les documents ou les outils autorisés et les modalités d'utilisation devront être explicités sur le sujet. Toute forme de communication entre l'étudiant ou l'étudiante et l'extérieur de la salle d'examen ou entre les étudiants et étudiantes dans la salle d'examen, est interdite, sauf mention expresse du contraire. Dans le cas d'un double cursus ou du statut d'AJAC (hors double Licence spécifique), la compatibilité entre les examens terminaux ne peut être garantie. L'étudiant ou l'étudiante qui ne pourra se rendre à des examens pour incompatibilité de planning, devra se rendre aux épreuves terminales de seconde chance.

4.2 Mes examens en contrôle continu (CC)



Le contrôle continu est organisé durant les semestres d'enseignement. Il est constitué d'épreuves dont l'organisation et la fréquence sont laissées à la libre appréciation du responsable de l'enseignement et précisées en début d'année (avec un minimum de 2 évaluations). Il ne fait pas nécessairement l'objet de convocation et n'est pas inscrit dans le calendrier des examens. Le contrôle continu peut être appliqué aux enseignements en travaux dirigés (TD), en travaux pratiques, en cours magistraux (CM) ou à l'UE.

Attention : si j'ai un devoir à rendre à mon enseignante ou mon enseignant de TD, je ne suis pas autorisé(e) à le laisser à l'accueil des licences, je m'organise pour lui remettre en mains propres ou lui envoyer par mail (si prévu).

4.3 Mes examens terminaux (CT)

Pour chaque année de Licence, il y a 3 périodes d'examens terminaux :

- de décembre à janvier : examens du semestre impair (1, 3 ou 5 selon mon année de Licence) en 1ère session, c'est-à-dire les examens terminaux portant sur les cours qui ont eu lieu de septembre à décembre
- d'avril à mai : examens du semestre pair (2, 4 ou 6 selon mon année de Licence) en session 1, c'est-à-dire les examens terminaux portant sur les cours qui ont lieu de janvier à avril

- **en juin** : examens de 2^{ème} session (communément appelés « rattrapages »), où je repasse tous les examens terminaux des matières que je n'ai pas validées, ou auxquels j'ai été absent ou absente lors des examens terminaux de 1^{ère} session (semestres impairs et pairs).

Le planning des examens terminaux est publié sur la page dédiée du site de l'UFR au fur et à mesure de l'année ou dans le calendrier universitaire : <https://langues.univ-lyon2.fr/espace-etudiant/reglement-et-examens/examens-et-contrôle-des-connaissances>

4.4 Assiduité

Sauf en cas de dispense inscrite dans le contrat pédagogique de l'étudiant ou l'étudiante, la présence aux séances d'enseignement (CM, TD...) sur site et en ligne ainsi qu'aux épreuves de contrôle des connaissances et des compétences prévues pour valider la formation est obligatoire. Le contrôle de l'assiduité est obligatoire dès lors que l'enseignement fait l'objet d'une évaluation en contrôle continu (TD, CM, TP). La présence en TD et en TP doit être vérifiée et formalisée par l'enseignant ou l'enseignante. La présence en CM doit être vérifiée et formalisée si l'enseignement fait l'objet d'un contrôle continu ou intégral. Toute absence devra faire l'objet d'un document, indiquant son motif légitime, communiqué à l'enseignant ou l'enseignante et/ou au secrétariat dans un délai de 15 jours à compter du jour de l'absence. Tout étudiant ou toute étudiante non dispensée d'assiduité à un enseignement, est déclaré en **Absence Injustifiée (ABI)** ou en **Absence Justifiée (ABJ)** à la première session d'examen, après la 2^{ème} absence effective constatée (absence à 2 séances). Cette absence entrainera une absence de note. La mention ABJ ou ABI sera indiquée sur le relevé de notes, si l'absence a été considérée comme justifiée ou non. L'étudiant ou l'étudiante pourra se présenter à l'examen de 2^{ème} session. L'étudiant ou l'étudiante ne peut être exclue d'un TD en raison de ses absences. Il/elle pourra continuer à suivre l'enseignement même s'il/si elle ne participera plus au contrôle continu.

Je suis un étudiant. En cas d'absence, voici la marche à suivre :

Option 1 : Je justifie mon absence auprès de l'enseignant dans les 15 jours maximum qui suivent mon absence : je suis donc autorisé à me présenter à une évaluation de remplacement si l'enseignant accepte de m'en faire passer une. Deux options s'ouvrent à moi :

- **Je suis présent à l'évaluation de remplacement :** j'obtiens une note comptant dans ma moyenne de TD. Les choses sont rentrées dans l'ordre.
- **Je suis absent à l'évaluation de remplacement :** quel que soit le motif, je me vois attribuer la note de zéro, qui compte dans ma moyenne de TD.

Option 2 : Je ne justifie pas mon absence : je suis noté absent au contrôle continu et marqué défaillant à la matière TD. Je ne peux pas valider ni ma matière, ni mon semestre, ni mon année.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur la page dédiée du Règlement général des études : <https://www.univ-lyon2.fr/formation/reglement-general-des-etudes>

© Université Lumière Lyon 2

UFR des langues - Bâtiment Athéna

18 quai Claude Bernard

69035 Lyon Cedex 07