



Parcours Management du tourisme et de la culture

Master Management sectoriel



Composante
Institut
d'Administration
des Entreprises



Langue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Depuis 30 ans, le Master Management du Tourisme et de la Culture (MATC) offre une formation spécialisée et professionnalisée pour accéder aux différents métiers d'encadrement et de direction dans les secteurs touristiques et culturels. Il offre aux étudiants un fort degré de professionnalisation grâce à la participation de professionnels aux enseignements et de nombreux dispositifs de mise en situation : l'année de M1 est construite autour d'un projet professionnel (6 mois) et d'un stage de fin d'année (de 3 à 5 mois) ; l'année de M2 s'effectue en alternance (13 semaines de cours à l'IAE). Tout au long de la formation sont également proposées de nombreuses conférences professionnelles ainsi que des visites de sites.

Objectifs

Pendant deux ans, les étudiants acquièrent des compétences pour assurer une veille des grandes évolutions du monde touristique/culturel, pour maîtriser les outils fondamentaux de la gestion de projet (étude, stratégie, conception de produit, budget, management d'équipe...) et ses différentes facettes juridiques, pour définir la stratégie et les actions de communication afin de fédérer autour de ce projet.

Compétences acquises

Assurer une veille des grandes évolutions du monde touristique/culturel
Décliner les enjeux des politiques publiques au niveau des collectivités locales
Étudier les tendances du marché et de la concurrence
Conduire des études à vocation décisionnelle
Formuler des propositions aux organisations sur les choix stratégiques et sur leur déploiement
Collaborer à la définition des objectifs de la stratégie marketing
Participer à la définition de l'offre de services
Mettre en place une Politique Ressources Humaines responsable
Garantir l'application de la législation sociale, le respect des règles d'hygiène, de sécurité et de la vie privée et familiale du salarié
Communiquer et travailler dans une ou plusieurs langues étrangères
Connaître et caractériser les problématiques environnementales
Évaluer la nécessité d'une orientation RSO dans un projet
Élaborer un plan de communication
Établir, contrôler et analyser les documents comptables et financiers
Analyser et diagnostiquer le patrimoine
Élaborer et mettre en œuvre un projet de valorisation du patrimoine
Définir un projet de médiation culturelle
Concevoir une programmation culturelle



Dimension internationale

Le stage de M1 peut être réalisé à l'étranger.
Une année de césure internationale est possible entre le M1 et le M2 (sous réserve d'autorisation des responsables pédagogiques).

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Le Master MAnagement du Tourisme et de la Culture s'effectue en alternance uniquement en M2.

(NB : les étudiants souhaitant poursuivre sur un parcours « recherche » (dans l'optique d'une poursuite en doctorat) pourront accéder au M2 en formation initiale (sous réserve de l'acceptation par les responsables pédagogiques de leur projet) et devront réaliser un mémoire de recherche en sciences de gestion appliqué au secteur touristique, culturel ou événementiel ; ils devront participer aux séminaires de recherche de l'équipe CERMAB ou RHESO du Centre de Recherche en Gestion des Organisations).

Les semaines de cours sont réparties de septembre à fin juin.
(Voir calendrier de la formation).

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 3 mois minimum - 5 mois maximum

Stage à l'étranger : Possible

Admission

Conditions d'accès

Candidature en M1 : via la plateforme [MonMaster](#)

Candidature en M2 : via la plateforme uB [e-candidat](#)

Modalités de candidatures

Les candidats doivent fournir : CV, lettre de motivation, CNI ou assimilé, notes de baccalauréat, relevés de notes de l'ensemble du parcours universitaire, document créatif "portrait chinois" (consignes précisées sur les plateformes de candidature).

La commission d'examen des dossiers appréciera la qualité du dossier sur l'ensemble du parcours universitaire ainsi que les résultats académiques passés (régularité et homogénéité des résultats, mentions, redoublements).

Sur la base des différents documents demandés dans le dossier, la cohérence du projet du candidat avec le positionnement du master, ainsi que sa connaissance des attendus du master seront aussi évalués.

La commission attachera une importance particulière aux expériences du candidat dans le tourisme et la culture (stages, projets, jobs étudiant, bénévolat...). Lors d'un entretien, la motivation du candidat, son savoir-être, son expérience professionnelle ainsi que l'adéquation de son projet professionnel avec la formation seront questionnés plus en profondeur.

Public cible

Toutes licences

Attendus / Pré-requis



Disposer d'un bon niveau académique

Disposer d'une expérience de terrain significative dans le secteur touristique et/ou culturel (stage, implication associative, emploi...)

Avoir un projet professionnel en cohérence avec le Master

Disposer de qualités relationnelles

Et après


Débouchés professionnels

A l'issue du M2, les diplômés évoluent sur des fonctions de :

- Directeur de sites, d'équipements ou de projets touristiques/culturels
- Chargé de missions actions touristiques et/ou culturelles
- Chargé de production
- Coordinateur événementiel
- Chef de produit
- Agent de développement local et territorial
- Chargé de médiation
- Chargé de promotion, de communication
- Chargé de clientèle / de réservation / agent commercial
- Responsable du développement commercial...

Infos pratiques

Campus

 Campus de Dijon



Programme

Organisation

L'année de M1 est proposée en formation initiale (projet professionnel et stage) ou en formation continue.

L'année de M2 s'effectue en alternance (75% du temps passé en entreprise).

Master 1

SEMESTRE 1

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Piloter un projet dans un environnement maîtrisé	Bloc de compétences						5
Organisations et acteurs du tourisme (optionnel)	Matière		12h				
Problématiques contemporaines du tourisme	Matière		20h				
Méthodologie et thématiques de la recherche en management touristique/culturel / événementiel	Matière		6h				
Droit des collectivités locales	Matière		15h				3
Réglementation et tourisme	Matière		10h				2
Structurer et conduire un projet	Bloc de compétences						19
Etudes et projets touristiques/culturels/événementiels	Matière		20h				4
Stratégie des organisations touristiques / culturelles / événementielles	Matière		20h				4
Marketing des services touristiques	Matière		15h				4
GRH et tourisme	Matière		20h				4
Droit du travail	Matière		15h				3
Communiquer et travailler dans une ou plusieurs langues étrangères	Bloc de compétences						9
Anglais du tourisme	Matière			20h			3
LV2 option 1 ALL	Matière			20h			3
LV2 option 2 ESP	Matière			20h			3
LV3 optionnelle (CLANG)	Matière						

SEMESTRE 2

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Piloter un projet dans un environnement maîtrisé	Bloc de compétences						3



Tourisme responsable	Matière	15h	3
Conférences / Visites de sites	Matière	18h	
Structurer et conduire un projet	Bloc de compétences		13
Communication	Matière	20h	4
Initiation à la Comptabilité	Matière	20h	4
Ingénierie culturelle : valorisation du patrimoine, programmation et production artistiques	Matière	50h	5
Communiquer et travailler dans une ou plusieurs langues étrangères	Bloc de compétences		3
Anglais du tourisme	Matière	20h	3
LV3 optionnelle (CLANG)	Matière		
Mettre en œuvre ses compétences de façon transversale	Bloc de compétences		11
Stage (3 mois minimum)	Stage	60h	5
Portefeuille de compétences	Matière		
Projet professionnel (6 mois)	Matière	30h	5
Accompagnement Diplôme/emploi	Matière	12h	
Implication étudiante	Matière		1

Master 2

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
Concevoir et mettre en œuvre un projet touristique / culturel	Bloc de compétences						20
Ancrage territorial et engagement responsable	Matière		28h				3
Management expérientiel	Matière		21h				4
Design et conception d'événement	Matière		21h				4
Tourisme et numérique	Matière		21h				3
Marketing des activités culturelles	Matière		28h				3
Ingénierie culturelle : production, médiation, exposition	Matière		31,5h				3
Piloter le montage administratif et financier d'un projet	Bloc de compétences						10
Gestion financière et budgétaire d'un projet	Matière		24,5h				4
Finance publique	Matière		17,5h				3
Recherche de financements	Matière		21h				3
Développer son leadership et définir la stratégie et les actions de communication pour fédérer autour d'un projet	Bloc de compétences						16
Négociation / vente	Matière		17,5h				3
Management d'équipe et gestion de conflit	Matière		17,5h				3
Communication visuelle	Matière		24,5h				4
Communication digitale	Matière		17,5h				3
English for Tourism & Hospitality	Matière			21h			3



Mettre en œuvre ses compétences de façon transversale	Bloc de compétences		14
Alternance (mémoire et soutenance) ou Mémoire recherche (formation initiale)	Matière		8
Bilan d'expérience entreprise et portefeuille de compétences	Matière	14h	
Business Game Tourisme / Séminaires (formation initiale)	Matière	28h	4
Conférences et sorties pédagogiques	Matière	17,5h 14h	
Implication associative	Matière	21h	2
Accompagnement Diplôme / emploi	Matière	14h	
Travaux Pédagogiques Encadrés	Matière	35h	