

Domaine **Management, économie et gestion, communication**

Formation disponible en

Formation en alternance

Formation initiale

Formation continue

VAE

Modalités de candidature :

- Candidatures en ligne sur : eCandidat
- Etudiant hors UE : Campus France

Pour candidater :

<https://www.univ-gustave-eiffel.fr/la-formation/candidatures-et-inscriptions/candidatures>

RNCP : **39172**

Lieux de formation :

Campus Marne la Vallée - Serris - Institut Francilien d'Ingénierie des Services (IFIS) 6-8 cours du Danube 77700 Serris

Calendrier :

- En formation initiale et FC : Semestre 3 : cours de septembre à décembre Semestre 4 : stage de 6 mois en France ou à l'étranger OU entrepreneuriat et incubation (à partir de janvier) -
- En formation en apprentissage : cours 1 mois / entreprise 2 mois selon calendrier d'alternance pré-défini

Contacts :

Sylvain ZEGHNI
Responsable de formation
sylvain.zeghni@univ-eiffel.fr

Delphine MONNIER
Secrétaire pédagogique
delphine.monnier@univ-eiffel.fr
Téléphone : 01 60 95 78 09
Bureau : 124

Isabelle LE GOUILL
Bureau d'accueil et d'information des étudiants
contactifis@u-pem.fr
Téléphone : 01 60 95 78 14
Bureau : 111

Manon HUET
Gestionnaire Formation continue
fc@univ-eiffel.fr
Téléphone : 01 60 95 78 02
Bureau : 006

Plus d'informations :

Service Information,
Orientation et Insertion Professionnelle (SIO-IP) :

sio@univ-eiffel.fr / Tel : 01 60 95 76 76

Master Tourisme Management des Destinations (MD)



Institut Francilien d'ingénierie des Services (IFIS)

Master M2

POUR Y ACCÉDER

- Formation initiale et apprentissage : Master 1 Tourisme ou équivalent validés (240 crédits obtenus), sélection sur dossier, projet professionnel et entretien de motivation. Pour une entrée directe en Master 2, une expérience dans le secteur du management de destination (DMO, Agence d'attractivité, CRT, CDT...) est souhaitée ainsi qu'une maîtrise du management de projet, du Marketing et de la relation client.
- Formation continue / VAE : accès sur dossier, expérience et projet professionnel.

COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser les enjeux sectoriels : différencier les stratégies des acteurs, identifier les composantes sociétales, technologiques et économiques de l'offre et la demande.
- Travailler en groupe-projet : animer une équipe, participer à la création de savoir.
- Manager une destination dans toute sa complexité : connaissance des clients et des marchés, aménagement du territoire, développement de marques, community management, stratégie digitale.

APRÈS LA FORMATION

Le parcours MD initie les étudiants à la compréhension de la notion complexe de « destination » qui s'apparente à un écosystème et un réseau d'acteurs. La gouvernance, la valorisation des ressources et des avoirs matériels et immatériels de la destination, sa présence sur Internet et les médias sociaux, sa stratégie de développement et d'innovation tout comme la capacité à prendre en compte l'ensemble des acteurs sont autant d'éléments abordés dans ce parcours.

Les étudiants sont associés à la stratégie de développement des destinations (marketing, digital, marques, expérience, mise en tourisme, etc.) via les projets et études de cas.

Ils peuvent poursuivre en doctorat.

LES PLUS DE LA FORMATION

- Une ouverture sur le monde, sur le secteur du tourisme, une forte implication des professionnels, une pédagogie innovante centrée sur l'étudiant qui valorise les challenges, les projets et qui stimule l'autonomie [e-learning, entrepreneuriat, apprentissage par problèmes, visual thinking] et la créativité. Les étudiants ont la possibilité de rédiger leurs travaux en anglais.
- La réalisation d'un ePortfolio pour consigner les réalisations, apporter les preuves d'acquisition des compétences et porter les validations.
- La localisation sur la Val d'Europe territoire d'accueil de Disneyland Paris et de Villages Nature.

Plus d'informations



ANNÉE

Compréhension de l'environnement du tourisme

Gestion de crise (ECTS: 1)

Géopolitique (ECTS: 1)

Mobilité et tourisme (ECTS: 1)

Le tourisme à l'ère Post-Covid : enjeux et perspectives (ECTS: 1)

Information, Communication, Data

Stratégie de communication digitale appliquée (ECTS: 2)

La donnée numérique touristique (ECTS: 2)

Enquêtes, analyses et traitements de données (ECTS: 2)

Compétences transversales

Séminaire et initiation à la recherche (ECTS: 1)

Culture générale et approfondissement des connaissances (ECTS: 2)

Challenge Crash-test de fin d'année (ECTS: 1)

Methodologie du travail universitaire (ECTS: 1)

Certification (Langues, informatique,...) (ECTS: 1)

Culture et patrimoine (ECTS: 1)

Formation du réseau (ECTS: 1)

Manager une destination dans toute sa complexité

Management de la marque (ECTS: 1)

Aménagement et gouvernance des territoires (ECTS: 2.5)

Ventes et management de la performance (ECTS: 2.5)

Stratégie de développement des Destinations (ECTS: 1)

Marketing expérientiel (ECTS: 2)

Patrimoine matériel et immatériel (ECTS: 2)

Veille et innovation (ECTS: 1)

Compétences professionnelles

Atelier "traces" et suivi du e-Portfolio étudiant (ECTS: 2)

Stage de 6 mois ou Entrepreneuriat et incubation ou Apprentissage + rapport professionnel (ECTS: 10)

Portfolio de compétences (ECTS: 10)

Travail d'étude et de recherche (ECTS: 10)