

INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME, DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

MASTER

Management en Hôtellerie - Restauration (MHR)

CONTENU DE LA FORMATION | 2021 - 2026



ISTHIA, TOULOUSE SCHOOL OF TOURISM, HOSPITALITY MANAGEMENT AND FOOD STUDIES

SOMMAIRE

Semestre 7 (225 heures)

- **UE 701** | Production et ingénierie en hôtellerie restauration _____ p.3
- **UE 702** | Management des organisations touristiques et hôtelières _____ p.3
- **UE 703** | Anglais _____ p.4
- **UE 704** | Initiation à la recherche - Méthodologie _____ p.4
- **UE 705** | Atelier terrain - Insertion professionnelle _____ p.5
- **UE 706** | Espagnol ou FLE _____ p.5

Semestre 8 (200 heures)

- **UE 801** | Mémoire et Stage (12 semaines minimum) _____ p.6
- **UE 802** | Économie et management des organisations touristiques et hôtelières _____ p.6
- **UE 803** | Sciences sociales appliquées à l'hôtellerie restauration _____ p.7
- **UE 804** | Initiation aux outils de la recherche _____ p.8
- **UE 805** | Atelier terrain - Insertion professionnelle _____ p.8
- **UE 806** | Anglais et professionnel et Espagnol/Allemand/FLE _____ p.8

Semestre 9 (225 heures)

- **UE 901** | Production et ingénierie en hôtellerie restauration _____ p.9
- **UE 902** | Conseil et études en tourisme, hôtellerie restauration _____ p.9
- **UE 903** | Management financier des organisations touristiques _____ p.10
- **UE 904** | Méthodologie de recherche et analyse de données _____ p.10
- **UE 905** | Applications professionnelles et insertion professionnelle _____ p.11
- **UE 906** | Anglais professionnel : Conférences et séminaires _____ p.11

Semestre 10 (75 heures)

- **UE 1001** | Mémoire et Stage (24 semaines minimum) _____ p.12
- **UE 1002** | Gestion des ressources humaines _____ p.12
- **UE 1003** | Conférences et outils de recherche _____ p.12
- **UE 1004** | Jeu d'entreprise et insertion professionnelle _____ p.12

SEMESTRE 7**UE 701 | Production et ingénierie en hôtellerie restauration - 50h****• Ingénierie de restauration (5h + 5h hors maquette)**

Prenant en compte le cadre réglementaire, cet enseignement vise à expliquer le montage d'un projet d'investissement en restauration, à travers :

- les parties prenantes d'une opération de construction en restauration,
- le déroulement d'une opération d'investissement.

• Organisation et management des systèmes d'hébergement (10h)

L'objectif est de présenter les méthodes et outils pour organiser et manager les services d'hébergement. Les notions suivantes seront notamment abordées :

- les fondamentaux en hébergement,
- le processus de servuction,
- la relation client,
- la gestion du personnel de contact,
- la qualité du service.

Bibliographie indicative :

- Eiglier P. (2004), *Marketing et stratégie des services*, Paris, Economica, 272 p.
- Pine J., Gilmore J. (1999), *The experience economy: work is theatre & every business a stage*, Boston, Harvard Business School Press, 254 p.
- Schneider B., Bowen D. (1995), *Winning the Service Game*, Boston (MA), Harvard Business School Press, 293 p.

• Sociologie de l'innovation appliquée au secteur (25h)

Les individus qui imaginent des produits, des services ou des dispositifs en hôtellerie restauration ne sont pas des "créateurs incréés" mus par des forces divines. De fait, les innovations apparaissent comme le résultat d'une production sociale. Dans cette perspective, cet enseignement a pour objectif de décrire et de comprendre les processus d'innovations en hôtellerie restauration en tenant compte des dimensions économiques et sociales. Pour ce faire, les étudiants sont placés dans une situation de "production" en mobilisant des grilles de lectures sociologiques.

Bibliographie indicative :

- Alrich M., Callon M., Latour B. (2006), *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, École des Mines.
- Alter N. (2000), *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF.
- Gaglio G. (2011), *Sociologie de l'innovation*, Paris, PUF.
- Lahire. B. (2012), *Monde pluriel. Penser l'unité des sciences sociales*, Paris, Seuil.
- Mendras H. Forsé M., (1983), *Le changement social, tendances et paradigmes*, Paris, Éditions Armand Colin.

UE 702 | Management des organisations touristiques et hôtelières - 60h**• Management stratégique et business (20h)**

Cette UE a pour objectif d'initier les étudiants aux problématiques stratégiques que rencontrent toute entreprise et ses dirigeants en particulier dans le domaine de l'hôtellerie-restauration et du tourisme. Après une présentation approfondie des champs théoriques, des modèles et des outils d'aide à la décision, l'UE s'orientera vers l'étude de l'environnement, des ressources et compétences avant d'aborder les stratégies concurrentielles et d'alliance.

Face aux limites des modèles de développement actuels, les entreprises touristiques (re)pensent leur développement en intégrant notamment le développement durable dans leur réflexion stratégique. L'UE abordera ainsi les "business models" ou modèles économiques comme des outils de reconfiguration stratégique.

Bibliographie indicative :

- Clergeau C., Glasberg O., Violier P., (2014), *Management des entreprises du tourisme*, Dunod
- Ferry F., Johnson G., Scholes K. et al, (2020), *Stratégique*, Pearson (12^{ème} édition)
- Garette B. et al, (2019) (8^{ème} édition), *Strategor*, Dunod

• Marketing du tourisme et de l'hôtellerie-restauration (20h)

Après avoir expliqué l'importance du marketing stratégique pour une destination touristique, ou tout acteur du tourisme et de l'accueil, il s'agit ici de mieux comprendre l'évolution des comportements de consommation des voyageurs et touristes.

Le contenu de cette UE s'articule autour des notions suivantes :

- la méthodologie marketing,
- le comportement et le processus de choix du consommateur,
- le marketing expérientiel,
- l'analyse de la situation (audit marketing),
- la démarche marketing stratégique.

Bibliographie indicative :

- Armstrong G., Kotler P. (2016), *Principes de marketing*, 13^{ème} Edition, Pearson Education
- Frochot I., Legohérel P. (2018), *Le Marketing du Tourisme*, 4^{ème} édition, Éditions Dunod
- Kotler P., Dubois B., Manceau D., Keller K.L. (2015), *Marketing management*, 15^{ème} Edition, Pearson Education
- Kotler Ph., Bowen J. T., Makens J. C., Décaudin J.-M., Bories D., Pichon P.-E., Laborde Ch. (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6^{ème} Edition, Pearson Education
- Vernet E. (2016), *Marketing, l'essentiel et l'expertise à l'ère digitale*, 4^{ème} Edition, Eyrolles

• Analyse des coûts et contrôle de gestion (20h)

L'objectif de l'UE est de donner aux étudiants des outils efficaces pour maîtriser les coûts liés à l'exploitation d'une unité touristique, hôtelière ou de restauration dans une perspective d'optimisation de la gestion afin d'atteindre les objectifs stratégiques.

Il s'agit pour l'étudiant de distinguer les charges fixes (qui constituent l'essentiel dans les activités touristiques hôtelières et de restauration) des charges variables conditionnées par les variations saisonnières et l'état de la demande. Il s'agit aussi de mettre en valeur le "prime cost" élément essentiel des charges en hôtellerie restauration afin de définir un prix de revient susceptible de permettre à l'organisation de dégager des profits et de garantir sa pérennité.

Le contrôle de gestion s'intègre donc dans le système d'information des organisations et doit servir à connaître l'environnement et les ressources internes afin de déterminer la stratégie et les objectifs organisationnels.

Bibliographie indicative :

- Vidal O. & Plot-Vicard E. (2016), *Contrôle de gestion*, Editions Vuibert.
- Alazard C., Duparc R., Sépari S. (2019), *Contrôle de gestion*, Edition Dunod.

UE 703 | Langue vivante 1 : Anglais - 25h**• Anglais en hôtellerie-restauration**

Cette UE vise à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. Les enseignements s'appuient sur des supports divers (textes, films, documents professionnels, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et l'hôtellerie-restauration.

Les domaines abordés sont : le développement des nouvelles technologies et leur impact sur les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme, les transports dans un contexte de globalisation, le monde de l'emploi, le tourisme durable et les modes alimentaires.

UE 704 | Initiation à la recherche - Méthodologie - 25h

L'UE porte sur les méthodes et les outils de la recherche. Deux axes sont proposés :

• La méthodologie de collecte de données

l'objectif est d'amener l'étudiant à la maîtrise des principaux outils et méthodes de recueil et d'organisation de données. Les étudiants doivent par ailleurs maîtriser un rapport d'enquête, à travers les différentes phases du processus : recherche documentaire, observations, collectes quantitatives et qualitatives.

• L'initiation à la recherche (en lien avec le précédent point)

les étudiants abordent la démarche de problématisation et de construction d'outils de collecte en phase exploratoire et probatoire. Un focus est réalisé sur les méthodes d'entretiens individuel et collectif.

Bibliographie indicative :

- Béaud M. (1986), *L'Art de la thèse. Comment préparer et rédiger un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre travail universitaire*, La Découverte, "Repères", Paris, 156 p.

- Cislaru G., Claudel C., Vlad M. (2009), *L'écrit universitaire en pratique*, De Boeck Université, Bruxelles, 192 p.
- Marois C., Gumuchian H. (2000), *Initiation à la recherche en géographie : Aménagement, développement territorial, environnement*, Anthropos / Presses Universitaires de Montréal (PUM), Paris / Montréal, 425 p.
- Quivy R., Van Campenhoudt L. (1995), *Manuel de recherche en sciences sociales*, collection Psycho Sup, Dunod, 2^{ème} édition, Paris, 290 p.
- Rouveyran J.C. (1999), *Le Guide de la thèse. Le Guide du mémoire : du projet à la soutenance*, Paris, Maisonneuve & Larose, 250 p.

UE 705 | Atelier terrain - Insertion professionnelle - 25h

Les UE 705, 805, 905 et 1004 ont pour objectif d'accompagner l'étudiant tout au long de son parcours de master et de développer ses qualités managériales, d'organisation et de communication ainsi que de formaliser et affirmer son projet professionnel.

• Atelier terrain (20h)

L'objectif de l'atelier terrain est de traiter concrètement une problématique ou une commande d'un acteur qui opère dans l'hôtellerie-restauration. Ce travail est encadré par un cahier des charges et une rencontre avec un maître d'ouvrage et des acteurs socio-professionnels. L'atelier permet d'opérationnaliser les méthodes et connaissances acquises et de mettre les étudiants en situation, dans une obligation de réponse à des contraintes de délais et d'organisation du travail en équipe. La première phase de l'atelier consistera en une reformulation de la commande et une réflexion méthodologique.

Des bilans d'avancement des travaux seront organisés ensuite avec l'équipe pédagogique et le commanditaire, avec une mise en commun des travaux des groupes. Les séances d'encadrement méthodologique permettront aux enseignants de faire un retour aux étudiants sur leur production, en leur signifiant les ajustements et les approfondissements nécessaires. Le sujet de l'atelier est relié aux enseignements proposés dans ce Master.

• Préparation recherche de stage et insertion professionnelle (5h)

L'objectif de cet enseignement est à la fois d'aider l'étudiant dans sa démarche de recherche de stage et de lui faire prendre conscience des enjeux de cet apprentissage dans la construction de son projet professionnel.

Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche de stage,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation du stage : recherches préalables, échanges pro-actifs sur la définition des missions et des méthodes de travail.

UE 706 | Langue vivante 2 : Espagnol et FLE - 25h

• Espagnol ou FLE en hôtellerie-restauration

Les cours d'espagnol et de FLE sont dispensés en LV2. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. L'enseignement s'appuie sur des supports divers (textes, films, documentaires, rapports, essais, manuels) dont le contenu est en lien avec la restauration collective et l'alimentation, et abordé dans des perspectives thématiques et professionnelles (rédaction de CV, de lettres de motivation, mise en situation professionnelle).



SEMESTRE 8**UE 801 | Mémoire de recherche et stage**

Cette UE comprend la réalisation d'un mémoire de recherche d'une part, et la réalisation d'un stage de 12 semaines, d'autre part.

• Mémoire de recherche

Il témoigne, en première année de master, de l'aptitude de l'étudiant à mener une recherche universitaire autour d'une thématique, à s'approprier les cadres théoriques et les concepts liés à son questionnement. Il consiste à formuler une question de départ à partir d'un champ d'étude délimité, à réaliser une revue de littérature pour faire l'inventaire des connaissances disponibles et des outils déjà utilisés, à explorer cette question par des observations de terrain, des entretiens exploratoires, des entretiens d'experts etc., à construire une problématique, à choisir un cadre théorique et à mettre en place un appareil d'hypothèses susceptible d'appréhender la question choisie, à proposer une méthodologie probatoire, c'est-à-dire susceptible de vérifier les hypothèses.

Ce travail donne lieu à la rédaction d'un mémoire et à une soutenance.

• Stage professionnel de 12 semaines

Le stage se déroule après la soutenance du mémoire de Master 1 (il peut en être déconnecté). La démarche de recherche de stage par l'étudiant s'accompagne d'une conférence introductive assurée par le responsable des stages de l'ISTHIA associée à des rencontres collectives ou individuelles avec le responsable de formation ayant pour objectifs de connaître, comprendre et identifier les différentes structures d'accueil possibles pour les stages en lien avec les projets professionnels des étudiants. Un suivi est effectué pour chaque étudiant par le responsable de formation.

UE 802 | Economie et management des organisations touristiques et hôtelières - 100h**• Économie du tourisme international (25h)**

Ce cours étudie les principes et avancées des nouveaux courants de la pensée économique du Tourisme. Il s'agit de conduire une analyse économique prédictive de redéfinition des concepts, de recomposition des champs, de transformation des pratiques et politiques, et d'évolution des comportements, du Tourisme, et des filières et thématiques associées.

Bibliographie indicative :

- Gardini M. & Ottenbacher M. (2020), *The Routledge Companion to International Hospitality Management*, Routledge, Londres, 454p.
- Raga J. (2019), *Strategic Management for Hospitality & Tourism Sector*, Arcler Education Inc, Burlington, 290p.
- Sabourin V. (2021), *Strategic Management for Hospitality and Tourism Industry: Developing a Competitive Advantage*, Apple Academic Press Inc., Palm Bay, 268p.
- Timothy D. (2021), *Handbook of Globalisation and Tourism*, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, 360p.
- Xiang Z. & Fesenmaier D. (2018), *Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods*, Springer, New York, 324 p.

• Entrepreneuriat en tourisme et hôtellerie-restauration (15h)

L'objectif est d'aider l'étudiant dans son projet professionnel notamment en abordant les principes et les outils de gestion de projet ainsi que le processus de l'entrepreneuriat en tourisme et en hôtellerie-restauration pour conduire à la création d'entreprise. Il s'agit d'identifier également les acteurs publics et privés de l'écosystème entrepreneurial. Les techniques d'idéation et différents outils sont présentés ("design thinking", "lean start-up") avec de nombreuses applications en tourisme et en hôtellerie et restauration.

Bibliographie indicative :

- Schmitt C. (2017), *La fabrique de l'entrepreneuriat*, Dunod, 170 p.
- Léger-Jarniou C. (2013), *Le Grand livre de l'entrepreneuriat*, Dunod, 419 p.

• Management de la qualité (20h)

Les démarches qualité en tourisme et en hôtellerie sont en appui du marketing et du management. A travers l'idée de qualité globale, la qualité dans les industries du tourisme et de l'hôtellerie, est devenue un impératif majeur pour un tourisme durable.

Le contenu de l'UE s'articule autour de trois axes :

- Les politiques et stratégies de la qualité,
- Les méthodes et outils d'évaluation de la qualité,
- La prise en compte de la qualité dans les stratégies de développement durable.

Bibliographie indicative :

- Gaby F. & Jambart C. (2002), *La qualité dans les services : Fondements, témoignages, outils*, Édition Economica (2^{ème} édition)
- Hersan C. (1999), *Vade-mecum assurance qualité*, Édition Lavoisier
- Provst-Vanheck E. & Sibille F. (2014), *Osez manager ISO 26 000*, Éditions AFNOR (2^{ème} édition)

• Stratégie de Communication et marketing digital (20h)

Cet enseignement aborde plus spécifiquement les stratégies de communication et les nouveaux outils technologiques afin de prendre en compte à la fois la nécessité d'adapter sa communication en interne et en externe en tenant compte à la fois d'une relative uniformisation des comportements, des évolutions technologiques ainsi que des spécificités culturelles décrites ci-dessus. Le contenu s'articule autour des notions suivantes : présentation des politiques de communication et du mix de communication dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie restauration, spécificités de la communication touristique et dans l'hôtellerie restauration, NTIC et e-communication appliquées au tourisme et à l'hôtellerie restauration.

Bibliographie indicative :

- Balagué Ch., Fayon D. (2012), *Facebook, Twitter et les autres..., intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise*, 2^{ème} Edition, Pearson Education
- Chéreau M. (2015), *Community Management : comment les marques se transforment au contact de leurs communautés*, 3^{ème} édition, Dunod
- Décaudin J.-M., Malaval Ph., Devianne G. (2016), *Pentacom*, 4^{ème} Edition Pearson Education
- Kotler Ph., Bowen J. T., Makens J. C., Décaudin, J.-M., Bories D., Pichon P.-E., Laborde Ch. (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6^{ème} Edition, Pearson Education
- Norcia D. (2016), *Youtube Marketing. Vidéos en ligne et stratégies de contenus : le nouveau storytelling*, Ellipse

• Management responsable et financement du développement (20h)

La prise en compte du développement durable au sein des entreprises touristiques impacte les processus de GRH et invite à modifier les pratiques existantes et à renouveler le champ des compétences. De même, les nouvelles pratiques en matière de stratégie, de marketing et de finance responsable sont abordées à travers une approche théorique et managériale. De nouvelles fonctions et métiers apparaissent autour du développement durable dans les entreprises touristiques, ainsi que de nouveaux "business models" intégrant la RSE pouvant conduire à des processus "d'innovation durable".

Bibliographie indicative :

- Brabec M., (2010), *Business model vert*, éd. Dunod
- Gond J.P., Igalens J., (2020), *La responsabilité sociétale de l'entreprise*, éd. PUF
- Wolff D., (2010), *Le développement durable, Théories et applications au management*, éd. Dunod

UE 803 | Sciences sociales appliquées à l'hôtellerie-restauration - 25h**• Sociologie des organisations (15h)**

Cet enseignement porte sur la description, la compréhension et l'explication du fonctionnement des organisations d'hôtellerie restauration en mobilisant des grilles de lectures sociologiques. Seront abordés des sujets tels que :

- les formes d'organisation rationnelles du travail,
- les logiques d'acteurs.

• Sociologie de l'alimentation (10h)

Les enseignements abordent les thématiques fortes de la discipline et les concepts et auteurs clefs :

- les dimensions sociales de l'alimentation,
- la méthodologie du fait alimentaire,
- les éléments de compréhension des décisions alimentaires,
- les mutations des pratiques alimentaires,
- le risque alimentaire, applications au secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

Bibliographie indicative :

- Poulain J.P., (2002), *Sociologie de l'alimentation, les mangeurs et l'espace social alimentaire*, PUF
- Poulain J.P., (2001), *Manger aujourd'hui. Attitudes, Normes et Pratiques*, Privat
- Poulain J.P., (2018), *Dictionnaire des cultures alimentaires*, PUF

UE 804 | Initiation aux outils de la recherche - 25h

• Études qualitatives (10h)

Cette UE vise à sensibiliser les étudiants aux différents outils d'enquêtes utilisés en sciences sociales. Ces techniques permettent aux étudiants de recueillir différents types de données, de les analyser et de les intégrer à leur travail de recherche de première année.

• Études quantitatives (10h)

Cet enseignement permet l'acquisition des compétences de productions (réalisation, administration, analyse) en parallèle de l'acquisition des connaissances sur les descriptions empiriques. Ces techniques facilitent l'interprétation statistique des résultats adossée aux analyses sociologiques et managériales (stratégie, marketing, GRH...). Les études de cas s'appliquent aux domaines de l'hôtellerie-Restauration et des industries du tourisme.

- Etude qualitative et /ou quantitative ?
- Les différents d'études quantitatives en tourisme : étude d'image, de satisfaction, sondage exploratoire, observatoire...
- Objet de l'étude (exploratoire / descriptive / causale) et protocole de l'étude (étapes),
- Notion de variable et modélisation de variable : dépendante et indépendantes, modératrices et médiatrices,
- Cadrage de l'étude et base de sondage, échantillonnage, intervalle de confiance,
- Mode d'administration et conception d'un questionnaire (champs d'investigation et arborescence ...),
- Contrôle qualité terrain (indicateurs...) et préparation des données,
- Initiation à l'analyse de données : univariée (traitements variable numérique, forme de distribution, skewness, kurtosis, analyse d'une variable qualitative, et représentations graphiques appropriées dont Boxplot) et bivariée (Chi deux, Anova, corrélation),
- Initiation Test d'hypothèses et interprétation, limites des interprétations.

• Initiation à l'analyse de données avec logiciel (5h)

- Applications de types analyses bivariée : Chi deux, Anova, corrélation avec logiciel de Type SPSS.
- Initiation à l'intelligence artificielle

Bibliographie indicative :

- Carricano M., Poujol F., Bertrandias L. (2010), *Analyse de données avec SPSS*, collection Synthex, Pearson
- Mascarola J., (2018), *Faire parler les données*, EMS
- Stafford J., (1999), *La recherche touristique, introduction à la recherche quantitative par questionnaire*
- Nagy Z., (2018), *Artificial Intelligence and Machine Learnings Fundamentals*, Packt Publishing

UE 805 | Atelier terrain - Insertion professionnelle - 25h

Dans la continuité de l'UE 705, l'UE 805 positionnée au second semestre de M1 est décomposée en 2 volets :

1. Un volet atelier terrain,
2. Un volet insertion professionnelle.

• Atelier terrain (20h)

Cet enseignement se concentre sur le diagnostic et les préconisations opérationnelles. Le rendu final fera l'objet d'une présentation à un commanditaire en situation professionnelle. Dans certains cas, les travaux des étudiants pourront faire l'objet d'études ultérieures et donneront lieu à des stages en lien avec la problématique traitée.

• Insertion professionnelle (5h)

L'objectif de cet enseignement est de permettre à l'étudiant de trouver un emploi à l'issue de sa formation. Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche d'emploi,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation aux entretiens d'embauche.

UE 806 | Langue vivante 1 - Anglais, 25h - Langue vivante 2, 25h

Cette UE vise à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. Les enseignements s'appuient sur des supports divers (textes, films, documents professionnels, manuels) dont le contenu est en lien avec le tourisme et l'hôtellerie-restauration.

Les domaines abordés sont : le développement des nouvelles technologies et leur impact sur les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme, les transports dans un contexte de globalisation, le monde de l'emploi, le tourisme durable et les modes alimentaires.

Les cours d'espagnol et de FLE sont dispensés en LV2. Ils visent à l'amélioration des compétences fixées par le cadre européen des langues, notamment la compréhension et l'expression orale et écrite. L'enseignement s'appuie sur des supports divers (textes, films, documentaires, rapports, essais, manuels) dont le contenu est en lien avec la restauration collective et l'alimentation, et abordé dans des perspectives thématiques et professionnelles (rédaction de CV, de lettres de motivation, mise en situation professionnelle).



SEMESTRE 9

UE 901 | Production et ingénierie en hôtellerie restauration - 90h

- **Ingénierie des projets hôteliers et de restauration (30h)**

Dans la continuité de l'enseignement en M1 (UE 701), ce cours vise à expliquer et à appréhender l'organisation de la maîtrise d'ouvrage et de la maîtrise d'œuvre dans les projets hôteliers et de restauration ainsi que la définition des besoins organiques (locaux, surfaces et équipements). Des études de cas et des applications terrain avec des professionnels illustrent et opérationnalisent cet enseignement.

- **Applications sectorielles (15h)**

L'objectif est d'apporter un éclairage particulier sur les métiers et les activités du secteur du tourisme et de l'hôtellerie restauration (par exemple en tourisme d'affaires). Des professionnels de ces secteurs interviennent sur les principaux thèmes d'actualité et le devenir des métiers.

- **Droit privé en hôtellerie-restauration (15h)**

Le cours de droit porte, d'une part, sur les aspects généraux et spécifiques relatifs aux outils de l'activité économique en hôtellerie-restauration (fonds de commerce et baux commerciaux avec notamment l'étude des améliorations dans les hôtels) et, d'autre part, sur les contrats utilisés dans ce secteur (contrats de restauration, d'hôtellerie, de franchise, de gérance mandat) et sur la responsabilité tant contractuelle que délictuelle.

UE 902 | Conseil et études en tourisme, hôtellerie-restauration - 65h

- **Méthodologie du conseil et applications (25h)**

L'activité de consultant est abordée à travers les méthodologies et outils ainsi que des applications spécifiques au secteur d'activité. Cela se traduit par des travaux de groupe issus d'une commande de professionnels. Les métiers de consultant, la gestion d'un cabinet et les différentes phases de l'activité de conseil et d'audit (proposition et stratégie commerciale, mise en œuvre, restitution et extractions) sont au cœur de cet enseignement.

Bibliographie indicative :

- Gilbert P. et Lancestre A., (2008), *Le conseil en management*, éd. Dunod
- Verstraeten M., (2007), *Consultants en organisation*, éd. De Boeck Supérieur

• Études marketing (25h)

L'étude de marché est abordée à travers ses objectifs et sa place centrale dans la démarche marketing d'une entreprise de tourisme et d'hôtellerie. Des études de marchés soumises par des professionnels du secteur seront proposées aux étudiants et viendront compléter la professionnalisation de cet enseignement. Des sorties terrain ainsi que le rendu final se feront en présence des commanditaires.

Bibliographie indicative :

- ▶ Kotler Ph., Bowen J. T., Makens J. C., Décaudin J.-M., Bories D., Pichon P.-E., Laborde Ch. (2016), *Marketing du tourisme et de l'accueil*, 6^{ème} Edition, Pearson Education
- ▶ Kotler P., Dubois B., Manceau D., Keller K.L. (2015), *Marketing management*, 15^{ème} Edition, Pearson Education
- ▶ Malhotra N., Décaudin J.-M., Bouguerra A., Bories D. (2014), *Études Marketing*, 6^{ème} Edition, Pearson Education
- ▶ Vernet E., (2017), *Techniques d'études de marché*, 4^{ème} Edition, Vuibert

• "Revenue management" et gestion des canaux de distribution (15h)

Problématique essentielle des entreprises de service, le "revenue management" correspond à une fonction devenue centrale dans les organisations touristiques et hôtelière. L'objectif est de présenter la fonction revenue management et ses fondements, les méthodes d'optimisation et la mise en œuvre du revenue management dans l'entreprise. Des applications seront vues notamment avec un professionnel du "Revenue Management" (Groupe IHG).

Bibliographie indicative :

- ▶ Legohérel P. & Poutier E., (2017), *Revenue Management : anticiper l'offre et la demande pour optimiser le prix*, 2^{ème} éd., Dunod
- ▶ Vouk L., (2018), *Revenue management made easy for midscale and limited services hotels*, Edited by Jeremiah Mogane, San Diego

UE 903 | Management financier des organisations touristiques - 25h**• Faisabilité financière d'un projet touristique, hôtelier et de restauration**

L'objectif de cette UE est d'acquérir les compétences nécessaires afin d'évaluer financièrement des projets touristiques, de porter un diagnostic sur la situation financière d'une entreprise, de connaître les critères de choix d'investissement et des modes de financement adaptés, de mettre en œuvre des outils de contrôle de gestion d'ordres opérationnels et stratégiques. Une approche systémique sera privilégiée (en lien avec l'étude de marché, la stratégie...) et mise en œuvre dans le cadre d'une gestion prévisionnelle (création ou développement).

Bibliographie indicative :

- ▶ Hutin H., (2005), *Toute la finance*, Éditions d'Organisation
- ▶ Berk J. et Demarzo P., (2008), *Finance d'entreprise*, Pearson

UE 904 | Initiation aux outils de la recherche appliquée, méthodologie - 25h**• Méthodologie de recherche (10h)**

Dans l'optique du mémoire de deuxième année (UE 901), cet enseignement rappelle les fondements méthodologiques de recherche appliquée et s'articule autour de rendez-vous individuels sur la problématique et la méthodologie de travail de chaque étudiant.

Bibliographie indicative :

- ▶ Béaud M. (1986), *L'Art de la thèse. Comment préparer et rédiger un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre travail universitaire*, La Découverte, "Repères", Paris, 156 p.
- ▶ Cislaru G., Claudel C., Vlad M. (2009), *L'écrit universitaire en pratique*, De Boeck Université, Bruxelles, 192 p.
- ▶ Marois C., Gumuchian H. (2000), *Initiation à la recherche en géographie : Aménagement, développement territorial, environnement*, Anthropos / Presses Universitaires de Montréal (PUM), Paris / Montréal, 425 p.
- ▶ Quivy R., Van Campenhout L. (1995), *Manuel de recherche en sciences sociales*, collection Psycho Sup, Dunod, 2^{ème} édition, Paris, 290 p.
- ▶ Rouveyran J.C. (1999), *Le Guide de la thèse. Le Guide du mémoire : du projet à la soutenance*, Paris, Maisonneuve & Larose, 250 p.

• Analyse et gestion de données (15h)

Outre le cadrage méthodologique, l'UE a pour objectif d'accompagner les étudiants dans l'opérationnalisation de la recherche à travers notamment l'apprentissage d'outils d'aide à la décision. Les enseignements incluent la construction de modèles opérationnels répondant tant à une mission de stage (présence d'une commande professionnelle) qu'à la présence d'un projet professionnel. Ils s'appuient ainsi sur l'apprentissage de protocoles d'investigation ou de terrain mettant en avant des outils d'analyse appropriés.

L'UE est centrée sur l'acquisition des pratiques d'enquêtes quantitatives, des statistiques descriptives et explicatives, de l'analyse de données en vue de la mise en place d'outils d'aide à la décision (Sphinx, SPSS). L'accent sera mis dans cette UE sur les étapes de l'analyse de données : définition de problématique, description des données, validation des instruments de mesure.

- ACP (analyse en composantes principales)
- Régression linéaire et multiple
- Application : étude de marché.
- Rappel chi deux.
- Analyse Factorielle (AFC)
- Différentes approches de l'analyse de données textuelles et Initiation à la lexicométrie
- Analyse d'un corpus avec logiciel
- Champs d'application en Tourisme , Hôtellerie -Tourisme dans différentes disciplines (sociologie , Management...) : analyse des entretiens, netnographie...

Bibliographie indicative :

- ▶ Thiétart R. A., (2014), *Méthodes de recherche en Management*, Dunod
- ▶ Lebart L. et Salem A., (1994), *Statistique textuelle*, Dunod

UE 905 | Applications professionnelles et insertion professionnelle - 25h

- **Applications professionnelles (20h)**

L'objectif est d'apporter un éclairage particulier sur les métiers et les activités du secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Des professionnels de ces secteurs interviennent sur les principaux thèmes d'actualité et le devenir des métiers. Des travaux de groupe seront menés à partir de cas réels en revenue management.

- **Insertion professionnelle (5h)**

L'objectif de cet enseignement est de permettre à l'étudiant de trouver un emploi à l'issue de sa formation. Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche d'emploi,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation aux entretiens d'embauche.

UE 906 | Anglais professionnel : conférences et séminaires - 25h

- **Conférences & séminaires (20h)**

Conférenciers et professionnels sollicités dans le cadre des partenariats de l'ISTHIA et du laboratoire de recherche CERTOP interviendront en anglais sur des thématiques différentes dans le champ du tourisme de l'hôtellerie -restauration et de l'alimentation.

- **Synthèse de conférences & séminaires : choix d'une thématique (5h)**

Une note de synthèse sera produite par les étudiants à partir des thématiques introduites par les conférenciers et professionnels. Elle sera complétée par une restitution orale en présence du responsable de parcours et d'un enseignant titulaire en anglais.

SEMESTRE 10

UE 1001 | Mémoire et Stage

Cette UE comprend la réalisation d'un stage de 24 semaines et d'un mémoire professionnel. Ce travail est rendu à l'issue du stage et donne lieu à une soutenance.

Le stage de Master 2 est le terrain d'application du mémoire de Master 2 (il lui est concomitant).

UE 1002 | Gestion des ressources humaines des organisations touristiques et hôtelières - 25h

- **Gestion des ressources humaines (25h)**

Cet enseignement a pour objectif, à partir d'une combinaison des travaux en sous-groupes et de mises en situation, de développer chez l'étudiant sa capacité à :

- Travailler en équipe
- Renforcer sa contribution à la performance de l'équipe
- Optimiser ses capacités à communiquer et à coopérer au sein d'un collectif. Dans ce cadre, une thématique fera l'objet d'un approfondissement particulier : la gestion des conflits.

Bibliographie indicative :

- Belbin M., (2006), *Les rôles en équipe*, Éditions d'Organisation
- Milgram S., (2017), *Soumission à l'autorité*, Éditions Pluriel
- Muchielli R., (2016), *Le travail en équipe : Clés pour une meilleure efficacité collective*, ESF éditeur, 17^{ème} édition
- Poitrias J., (2018), *Gestion des conflits*, Éditions Liaisons, 4^{ème} édition
- Marsan C., (2010), *Gérer et surmonter les conflits*, Dunod, 2^{ème} édition

UE 1003 | Conférences et outils de recherche - 25h

- **Conférences & séminaires (10h)**

il s'agit principalement de conférences d'enseignants chercheurs et de professionnels reconnus du secteur d'activité touristique.

- **Analyse de données avec logiciels de statistiques (15h)**

cette UE vient en complément de l'UE 904 (Méthodologie de recherche) afin de traiter des données quantitatives ou qualitatives dans le champs des sciences sociales. Elle s'appuiera sur l'utilisation de logiciels tels que SPSS afin de proposer des analyses descriptives (tris croisés , analyse factorielle) ou plus avancées (Anova, régression...).

Bibliographie indicative :

- Thiétart A.R., (2014), *Méthodes de recherche en management*, Dunod.
- Nagy Z., (2018), *Artificial Intelligence and Machine Learnings Fundamentals*, Packt Publishing.
- Carricano M., Poujol F., Bertrandias L. (2010), *Analyse de données avec SPSS*, collection Synthex, Éditions Pearson

UE 1004 | Jeu d'entreprise et insertion professionnelle - 25h

- **Jeu d'entreprise (20h)**

Les étudiants se retrouvent aux commandes d'une entreprise à gérer dans le secteur du tourisme. Pendant une semaine, ces entreprises sont en concurrence et les équipes qui les gèrent doivent prendre en un temps limité des décisions stratégiques tant au niveau financier qu'au niveau marketing. Il s'agit donc d'une immersion totale dans la gestion d'une entreprise en univers concurrentiel.

• **Insertion professionnelle (5h)**

L'objectif de cet enseignement est de permettre à l'étudiant de trouver un emploi à l'issue de sa formation. Cette séquence s'articulera autour de plusieurs thèmes :

- Outils et méthodes de recherche d'emploi,
- Techniques rédactionnelles de curriculum vitae et de lettres de motivation,
- Préparation aux entretiens d'embauche.



INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME, DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

Modes de la formation

Cette formation peut être suivie :

- En alternance uniquement sur le campus du Mirail (Toulouse)
- En formation initiale et continue sur le campus de la Taylor's University (Kuala Lumpur - Malaisie)

Contacts

L'équipe pédagogique qui dispense les enseignements est composée d'enseignants-chercheurs de l'Université Toulouse - Jean Jaurès, ainsi que de professionnels de haut niveau en poste dans diverses entreprises régionales et nationales.

- **Responsable de la formation :**
Denis Bories, *Maître de conférences en sciences de gestion*
- **Gestionnaire de scolarité :** isthia.toulouse@univ-tlse2.fr

Pour consulter le programme détaillé de cette formation, connaître les modalités d'admission et retirer un dossier de candidature, consultez le site : www.isthia.fr



Projet cofinancé par le Fonds Social Européen

Possibilité d'effectuer ce Master à la Taylor's University de Kuala Lumpur (Malaisie)

Édition mars 2024

Campus de Toulouse

5, allées Antonio Machado
31 058 TOULOUSE cedex 09
Tél : +33 (0) 5 61 50 42 30
isthia.toulouse@univ-tlse2.fr

Campus de Foix

4, rue Raoul Lafayette
09 000 FOIX
Tél : +33 (0) 5 61 02 19 74
isthia.foix@univ-tlse2.fr

Campus de Cahors

273, avenue Henri Martin
46 000 CAHORS
Tél : +33 (0) 5 65 23 46 04
isthia.cahors@univ-tlse2.fr