



UNIVERSITÉ PARIS 1  
**PANTHÉON SORBONNE**

**IREST**

Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme

**MENU DES COURS POUR LES ETUDIANTS ERASMUS**

NOTE POUR LE CHOIX DES COURS :

- Choisir vos cours parmi ceux qui sont présentés dans ce livret ;
- Faire attention à la période du séjour ERASMUS et aux périodes d'enseignement (sept.-janv. ou janv.-mai) ;
- Faire attention aux spécialités :
  - o Les cours TC (tronc commun) sont communs à toutes les spécialités et peuvent donc être choisis librement ;
  - o Les cours GATH, EDTI, DATT, GVTP, sont des cours par spécialité. Afin d'éviter toute incompatibilité d'horaires, il est préférable de minimiser les croisements entre différentes spécialités.
  - o Consulter le site de l'IREST pour connaître les caractéristiques de chaque spécialité : <https://www.univ-paris1.fr/ufr/institut-de-recherche-et-detudes-superieures-du-tourisme-homepage/>
- Les horaires des cours sont à vérifier sur le planning en ligne URBA :
  - o <https://irest.urbaonline.com/>
  - o Les jours grisés sont des jours où il n'y a pas de cours car les étudiants de l'IREST sont en apprentissage ou en stage ;
  - o Les autres jours sont des jours de cours ;
  - o Les horaires des cours sont actualisés tout au long du semestre ;
  - o Vérifier régulièrement URBA pour connaître les horaires et les changements possibles de salle ;
  - o La présence aux cours est obligatoire dès le premier jour ;
  - o Pour les lieux de cours, voir également sur le site.
- Pour valider votre Learning Agreement : envoyer le LA par email en format pdf à [aurelie.condevaux@univ-paris1.fr](mailto:aurelie.condevaux@univ-paris1.fr).
- Pour toute question concernant votre inscription administrative, écrire à [incoming@univ-paris1.fr](mailto:incoming@univ-paris1.fr).
- Pour votre inscription pédagogique envoyer votre LA à Vincent Delvigne : [Vincent.Delvigne@univ-paris1.fr](mailto:Vincent.Delvigne@univ-paris1.fr) et Aurélie Condevaux.

## MODULE LIST FOR ERASMUS STUDENTS

### MODULES: USEFUL INFORMATION

- Please choose from the modules listed in this booklet.
- Pay special attention to the period of your ERASMUS stay and the teaching periods (Sep-Jan or Jan-May).
- Pay careful attention to specializations:
  - o Core modules (TCs) are common to all specializations and can therefore be chosen within any specialization.
  - o GATT, EDTI, DATT and GVTP denote modules belonging to the four different specializations. To prevent any timetable clashes, please avoid select modules from different specializations.
  - o More detailed information on each specialization can be found on the IREST website: <https://www.univ-paris1.fr/ufr/institut-de-recherche-et-detudes-superieures-du-tourisme-homepage/>
- Module timetables must be checked on the URBA online schedule:
  - o <https://irest.urbaonline.com/>
  - o There are no classes on the days marked in grey because IREST students will be on a professional placement or an apprenticeship scheme.
  - o There are classes on all other days.
  - o Timetables are updated throughout the semester.
  - o Please check URBA regularly for timetable/room changes.
  - o Students must attend classes from day one.
  - o For classroom locations, please refer to the website.
- Learning Agreement (LA) validation: please send the LA by email in pdf format to [aurelie.condevaux@univ-paris1.fr](mailto:aurelie.condevaux@univ-paris1.fr)
- For any questions regarding the administration side of your enrolment, please write to [incoming@univ-paris1.fr](mailto:incoming@univ-paris1.fr)
- For any questions regarding the academic side of your enrolment, please send your LA to M. Vincent Delvigne: [Vincent.Delvigne@univ-paris1.fr](mailto:Vincent.Delvigne@univ-paris1.fr) et Mrs Aurélie Condevaux

<b>Semestre 1: Septembre / Janvier</b>	<b>NB HEURES/ HOURS</b>	<b>ECTS</b>	<b>SPECIALITE/ SPECIALIZATION</b>	<b>NIVEAU/ LEVEL</b>	<b>LANGUE/ LANGUAGE<sup>1</sup></b>
<b>September-January</b>					
Gestion	25	3	TC	Master 1	FR
Les concepts économiques fondamentaux	20	3	TC	Master 1	FR
Les fondements du marketing touristique	20	3	TC	Master 1	FR
Droit et tourisme	15	2,25	TC	Master 1	FR
Géographie du tourisme	25	3,75	TC	Master 1	FR
Socio-anthropologie du tourisme	15	3	TC	Master 1	FR
Gouvernance des territoires dans le cadre du développement durable	20	3	TC	Master 1	FR
Tourisme (é)TIC	10	2,25	TC	Master 1	FR
Outils et méthodes d'observation du tourisme	10	2,25	TC	Master 1	FR
Patrimoine culturel, patrimoine naturel : quels enjeux aujourd'hui ?	20	3	TC	Master 1	FR
Gestion budgétaire et financière des projets touristiques	15	2,25	TC	Master 2	FR
Gestion de la qualité dans les organisations touristiques	15	2,25	TC	Master 2	FR
Tourisme et développement durable	20	3	EDTI GATH	Master 2	FR
Anglo-American public and private international tourism law/ Droit International Public et Privé, anglo-saxon du tourisme	15	3	EDTI	Master 2	EN
Attractiveness policies – national tourism and territories	15	3	EDTI	Master 2	EN
Tourism destination strategies/stratégie des destinations touristiques	15	3	EDTI	Master 2	EN
Tourism from a European Perspective/ Le tourisme vu par l'Europe	15	2,25	EDTI	Master 2	EN
Tourism in the Mediterranean area/Tourisme dans le Bassin Méditerranéen	15	2,25	EDTI	Master 2	EN
International cooperation policies/Politiques de coopération Internationale	15	2,25	EDTI	Master 2	EN
Economics and heritage/Economie du Patrimoine	20	2	EDTI-GVTP	Master 2	FR/EN
International tourism and poverty reduction/ tourisme international et réduction de la pauvreté	15	2,25	EDTI	Master 2	EN
Metropolization, globalization and tourism/ Métropolisation, Globalisation et Tourisme	20	3	EDTI DATT	Master 2	FR ou EN
Plateformes numériques et hébergement	15	1,5	GATH	Master 2	FR
Conception et montage de projets culturels	25	2,25	GATH-GVTP	Master 2	FR
Organisation administrative et comptable	15	3	GATH	Master 2	FR
Management de l'accueil	15	1,5	GATH	Master 2	FR
Revenue Management	15	3	GATH	Master 2	FR
Gestion Ressources humaines	15	3	GATH	Master 2	FR

<sup>1</sup> FR : français  
EN : english

Hotel financing/financement des entreprises hôtelières	15	3	GATH	Master 2	EN
Gestion des équipements et des sites culturels	15	3	GATH	Master 2	FR
Intermediation and e-tourism	15	1,5	GATH	Master 2	EN
Development strategies and financing of cultural institutions/ Stratégies de développement et financement des institutions culturelles	30	3,75	GVTP-MIT	Master 2	EN
Stratégies territoriales et sites patrimoniaux	15	1,5	GVTP	Master 2	FR
Interprétation du patrimoine et nouvelles technologies	15	1,5	GVTP	Master 2	FR
Analyse et valorisation du PM matériel et immatériel	20	3	GVTP	Master 2	FR
Tourism Management of World Heritage Sites/Gouvernance et Mise en Tourisme des sites du Patrimoine Mondial	35	6	GVTP-MIT	Master 2	EN
Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France	20	3	GVTP	Master 2	FR
Economie du patrimoine	20	3	GVTP	Master 2	FR
Aménagement touristique opérationnel et montage financier	25	2,5	DATT	Master 2	FR
Management durable de projets touristiques	15	2,25	DATT	Master 2	FR
Stratégies de destinations touristiques	15	2,25	DATT	Master 2	FR
Développement et gestion des stations littorales et de montagne	15	2,25	DATT	Master 2	FR
Tourisme et environnement	25	3,75	DATT	Master 2	FR
Patrimonialisation et territoires	20	3	DATT	Master 2	FR
City branding, territorial construction and tourism/ City branding, construction territoriale et tourisme	10	1,5	DATT	Master 2	EN
Tourisme et imaginaires géographiques	15	3	DATT	Master 2	FR
Projet touristique, mondes artificiels, environnements thématiques	20	3	DATT	Master 2	FR
Anglais	18	2	SGEL		
Autres langues LV2	18	2	SGEL		

<b>Semestre 2 : Janvier / Mai</b>	<b>NB HEURES/ HOURS</b>	<b>ECTS</b>	<b>SPECIALITE SPECIALIZATION</b>	<b>NIVEAU/ LEVEL</b>	<b>LANGUE/ LANGUAGE</b>
<b>January/May</b>					
Les marchés du tourisme	15	2,25	TC	Master 1	FR
La mise en tourisme des sites	7,5	2,25	TC	Master 1	FR
Institutions internationales, géopolitique et mondialisation	15	3	EDTI	Master 1	FR
International tourism and emerging economies (BRIC)/ Tourisme international et économies émergentes (BRIC)	15	2,25	EDTI	Master 1	EN
Politiques d'attractivité à l'international	15	2,25	EDTI	Master 1	FR
Finances internationales et tourisme	15	2,25	EDTI	Master 1	FR
L'internationalisation de la demande touristique	15	2,25	EDTI	Master 1	FR
Tourisme et transports internationaux	15	2,25	EDTI DATT	Master 1	FR
Specialization in tourism and international competitiveness/ Spécialisation touristique et compétitivité internationale	15	2,25	EDTI	Master 1	FR/EN
Quantitative approach to tourism/approche quantitative du tourisme	15	2,25	EDTI	Master 1	EN
Tourisme et interculturalité	20	3	EDTI GATH	Master 1	FR
Gestion hôtelière	20	3	GATH	Master 1	FR
Compétences, Métiers, Tourisme	20	3	GATH	Master 1	FR
Droit social et entreprise touristique	15	3	GATH	Master 1	FR
Marketing hôtelier	15	3	GATH	Master 1	FR
Stratégies des firmes touristiques : stratégies concurrentielles	25	3	GATH	Master 1	FR
Gestion des marques touristiques et hôtelières	25	3	GATH	Master 1	FR
Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques	10	2,25	GVTP	Master 1	FR
Médiation culturelle et tourisme	20	3	GVTP	Master 1	FR
Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas	20	3	GVTP	Master 1	FR
Multimedia, new technologies and heritage/Multimédia, Nouvelles technologies et patrimoine	10	2,25	GVTP	Master 1	EN
Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel	10	2,25	GVTP	Master 1	FR
Événements et animation des territoires	15	2,25	GVTP DATT	Master 1	FR
Modes de gestion publique et privée du patrimoine	10	2,25	GVTP	Master 1	FR
Les acteurs et les métiers du patrimoine	10	1,5	GVTP	Master 1	FR
Marketing et filières du tourisme culturel	15	2,25	GVTP	Master 1	FR
Diagnostic territorial, étude de faisabilité, études d'impact	10	2,25	DATT	Master 1	FR
Montage juridique des projets touristiques	15	2,25	DATT	Master 1	FR
Processus de montage de projet public / privé	15	2,25	DATT	Master 1	FR

Développement et aménagement touristique	20	3	DATT	Master 1	FR
Mutations rurales et tourisme	15	2,25	DATT	Master 1	FR
Outils et techniques d'analyse de la métropole touristique	15	3	DATT	Master 1	FR
Anglais	18	2	SGEL		
Autres langues LV2	18	2	SGEL		

## Descriptif des cours par ordre alphabétique

### Module descriptions by alphabetical order

#### A

**Aménagement touristique opérationnel et montage financier des projets** Le cours vise à montrer la dimension globale des projets touristiques et de leurs conditions de réussite, de la définition première au montage opérationnel. Il s'agit de souligner comment appréhender la pertinence d'un projet touristique au regard du marché, du territoire, des dynamiques d'acteurs. Les clés opérationnelles seront ensuite proposées, relatives au montage d'un programme, de sa gouvernance, de son cadrage financier.

Le cours est organisé autour d'une étude de cas, le développement touristique en Baie de Somme notamment avec la définition du schéma du nautisme. Prétexte à appréhender les divers éléments d'un projet (acteurs, territoire, stratégie, contraintes...), une journée d'étude sera organisée en début de cours. Le cours sera ensuite constitué d'apports théoriques illustrés de nombreux exemples. Un mémento pratique, adossé à l'exemple Baie de Somme sera réalisé par les étudiants, support de l'évaluation du cours.

#### **Analyse et valorisation du PM matériel et immatériel**

Enseignants : Sébastien JACQUOT, MCF en géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, IREST, EIREST et Aurélie Condevaux, MCF en anthropologie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, IREST, EIREST

Contenu : Les Conventions de 1972 et de 2003, instituant respectivement la Liste du patrimoine mondial (matériel) et la Liste représentative du patrimoine culturel immatériel, confortent l'idée d'un partage du patrimoine en deux ordres patrimoniaux, matériel et immatériel. Ce cours à l'inverse prend le parti d'un difficile partage pour explorer les modalités de reconnaissance et de valorisation des dimensions immatérielles du patrimoine, à travers 5 modalités ou enjeux. Tout d'abord, il s'agira de montrer les chevauchements entre patrimoines matériel et immatériel, et la nécessaire prise en compte de la dimension immatérielle du patrimoine dit matériel. Ensuite sera explorée la construction de la notion de patrimoine immatériel, à partir des difficultés institutionnelles, notamment au niveau mondial, pour penser ensemble matériel et immatériel. L'examen plus spécifique des notions de communautés et territoires permettra de questionner la spécificité de la notion de patrimoine immatériel. Les deux dernières parties explorent d'autres logiques par-delà cette césure matériel – immatériel, à travers le développement tout azimut d'un paradigme créatif, qui réarticule le patrimoine immatériel aux phénomènes de circulation, et à travers l'exploration des enjeux mémoriels et de leur mise en patrimoine et en tourisme. Dans l'ensemble de ces séances, le tourisme constitue un fil directeur servant à questionner les notions et les politiques de sauvegarde menées.

#### **Anglo-American public and private international tourism law**

This module is divided into two (unequal) parts: (1) public international tourism law and (2) private international tourism law.

Part 1 will consist of a brief introduction to the legal norms concerning tourism, introduced by the World Tourism Organization, UNESCO, OECD and the European Union.

Part 2 will focus on international private tourism law. Following a general introduction (a) to international private law and a brief summary of legal acts and facts, the following will be studied: (b) the international jurisdiction of French courts in private tourism law, (c) the determination of the law governing private tourism law, and (d) the impact of foreign judgements in private tourism law in France.

Some elements of common law (law from Anglo-American countries) will also be studied in the resolution of some of the practical case studies presented in Part 2.

Le cours est divisé en deux parties de dimension inégale : I.- Droit international public du tourisme ; II.- Droit international privé du tourisme.

La première partie comporte une brève présentation des normes juridiques qui concernent le tourisme et qui émanent de l'Organisation mondiale du tourisme, de l'UNESCO, de l'OCDE et de l'Union européenne en matière.

La seconde partie porte sur le droit international privé du tourisme. Après une introduction générale (A) dans laquelle on présentera ce qu'est le droit international privé, et un bref rappel des actes et faits juridiques concernés, on étudiera successivement : B.- La compétence internationale des tribunaux français en matière de droit privé du tourisme ; C.- La détermination de la loi applicable aux questions relevant du droit privé du tourisme ; D.- Les effets en France des jugements étrangers en matière de droit privé du tourisme.

Quelques éléments de *common law* (le droit des pays de tradition anglaise) seront étudiés à l'occasion de la résolution de cas pratiques illustrant la seconde partie.

### Politiques d'attractivité – tourisme et territoire national

#### Attractiveness Policies- Tourism and national territories

Thiard (2007) refers to the polymorphism of the notion of attractiveness. Territorial attractiveness exists in both the broad and the strict sense. Different forms of specific attractiveness may contribute to this broad sense: economic, residential, touristic, cultural and commercial. As such, a tourist destination's attractiveness cannot be dissociated from a territory's attractiveness (Fabry, 2009).

This module will present the notion of attractiveness and its development alongside the notion of competitiveness. Growing competitiveness has led to a veritable attractiveness race through different aspects and policies. The first levers of public initiatives are the implementation of infrastructure or investment incentive policies. The second lever is cultural management with the promotion of the destination's identity or the implementation of a flagship project to make attractiveness more dynamic.

Thiard (2007) évoque le polymorphisme de la notion d'attractivité. Il existerait une attractivité territoriale au sens large et à laquelle contribueraient des attractivités définies au sens étroit (économiques, résidentielles, touristiques, culturelles, commerciales). Ainsi, l'attractivité d'une destination touristique ne peut être dissociée de la problématique générale de l'attractivité d'un territoire (Fabry, 2009).

Ce cours présente la notion d'attractivité et son développement parallèlement à la notion de compétitivité. Cette compétition croissante a conduit à une véritable course à l'attractivité par des biais et politiques divers. La mise en place d'infrastructures ou de politiques d'incitation à l'investissement constitue le premier levier de l'action publique. Le management culturel avec la promotion de l'identité de la destination ou la mise en place d'un *flagship* (projet Phare) pour dynamiser l'attractivité forme le second levier.



## C

### Conception et montage de projets culturels

L'enseignement vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser les étapes du montage et la recherche de financement de projets touristiques, en portant une attention particulière sur les rôles des acteurs clés (porteurs de projets/partenaires financiers) selon leurs profils (acteurs publics/acteurs privés). Le cours vise à sensibiliser les étudiants sur les motivations et objectifs de chaque famille d'acteur, éléments majeurs pour faire émerger un projet touristique dont la recherche de partenaire financier devra intégrer à chaque étape, quelques notions clés exposées et illustrées.

### City branding, territorial construction and tourism

City branding is a recently developed notion with a new approach that is implemented at different levels (national, city and regional) to attract inhabitants, tourists or investors to an area. This module will allow students, first of all, to gain an understanding of both the emergence of this "branding" practice as applied to territories and its political and economic issues. It will then demonstrate the different city branding tools through various case studies. The links between territorial branding and touristic development will also be discussed, revealing that branding strategies also draw on longstanding tourism promotion methods at the same time as they support and inspire new tourism practices.

Notion et démarche récente, le branding territorial est mis en place à des échelles diverses (la nation, la ville, la région) pour attirer habitants, touristes ou investisseurs sur leur territoire. Après une introduction visant à comprendre l'émergence de cette pratique de « mise en marque » appliquée aux territoires, et ses enjeux politiques et économiques, nous verrons quels sont les différents outils du City branding à travers des cas d'étude divers. Nous examinerons les liens entre mise en marque et mise en tourisme des territoires, les stratégies de « marque » reprenant à la fois des méthodes utilisées de longue date dans la promotion touristique alors qu'elles accompagnent ou insufflent simultanément de nouvelles pratiques touristiques.

## D

### Développement et aménagement touristique

Ce cours vise à comprendre les enjeux et mutations de l'aménagement touristique, en examinant tout d'abord ses nouveaux principes, syntones avec les mutations de l'aménagement territorial de façon plus large : prégnance de la dimension stratégique et du cadre structurant du projet, de la contractualisation entre échelons territoriaux et acteurs publics et privés, étiolement du rôle de l'Etat dans l'aménagement touristique et rôle structurant des territoires locaux, ... Il s'agit de comprendre que derrière l'idée du mille-feuille institutionnel se trouve un nouveau modèle de l'action publique touristique, générateur aussi de nouveaux territoires de l'action touristique. Ensuite sont examinés les possibilités d'un aménagement touristique local, à travers ses stratégies et outils. Enfin est examinée la problématique transversale de la gestion par l'aménagement touristique de l'existant (friches, reconversions des stations touristiques, espaces naturels ...).

Le cours concerne l'aménagement essentiellement en France et en Europe, mais avec en contrepoint des exemples pris dans d'autres régions du monde.

### Développement et gestion des stations littorales et de montagne

Dans les 7 h de cours, il s'agira de préciser le contexte d'émergence des stations en France, et de présenter les enjeux auxquels sont confrontées les stations de montagne

Analyser les spécificités du tourisme littoral et insulaire et mettre en évidence les enjeux d'avenir auxquels sont confrontées les stations littorales.

### Development strategies and financing of cultural institutions

Like any other organization, including non-profit, cultural sites must be managed; this in accordance with their missions and taking into account public, cultural and other policies, as well as current ethical standards, in France and in Europe. A reasoned application of management techniques can therefore be considered (strategic thinking, marketing policy, quality approach, control, etc.) in a context of shrinking public spending and the development of competitive supply. The choice of a legal status is of significant importance in this respect. The course will also focus on clarifying the current conditions and the possibilities of evolution of cultural site financing: pricing, other own resources, management of the relation with the visitors, patronage and sponsorship, endowment funds, philanthropy, *crowdfunding*.

#### Course program

The issues of cultural policy in France and in Europe; Museum and heritage financing; pricing policy; Own resources (shop, cafeteria, space rental, other resources); Patronage and sponsorship; Philanthropy; Foundations and endowment funds; *Crowdfunding*; Fundraising; Marketing of cultural sites; International comparisons.

## E

### Economics and heritage

This module will illustrate the key concepts, theories and questions surrounding the economic analysis of cultural heritage. It will begin by examining the characteristics of cultural heritage through a reflection on the limitations of the domain of heritage and the value system contributing to its definition. Students will gain a deeper understanding of the historic milestones that have marked the emergence and strengthening of the link between economics and heritage. The module will explore the determinants of demand and the costs of conservation and enhancement as well as the relevance of safeguarding measures and public and private financing. Following this theoretical framework, the module will review the economic benefits of conserving and enhancing cultural heritage and its contribution to sustainable development. In particular, students will learn that the notion of the heritage ecosystem supports a global consideration of the scope of heritage by considering its relationship with other domains, actors and contexts. This approach will make it possible to shift conservation implications from tangible elements alone to all the different tangible and intangible components that ensure the functioning of the heritage system. The module will end with concluding discussions on the analysis of cultural heritage economics in a global economy perspective by highlighting today's key challenges and issues.

Le cours illustre les principales notions, théories et questions relatives à l'analyse économique du patrimoine culturel. Dans un premier temps, les caractéristiques de l'objet d'étude, le patrimoine culturel, seront examinées en s'interrogeant sur les limites du champ patrimonial et sur le système de valeurs qui contribue à sa définition. Les étapes historiques qui ont marqué l'apparition et le renforcement du lien entre économie et patrimoine seront ici reprises et approfondies. Ensuite, le cours explorera les déterminants de la demande, les coûts de la conservation et de la valorisation, ainsi que la pertinence des mesures de sauvegarde et des financements publics et privés. Ce cadre théorique sera suivi par l'étude des retombées économiques liées à la conservation et à la valorisation du patrimoine culturel et sa contribution au développement durable. En particulier la notion d'écosystème patrimonial favorisera la prise en compte dans sa globalité de la portée du patrimoine, en considérant sa relation avec d'autres domaines, acteurs et contextes. Cette approche permettra ainsi de déplacer l'enjeu de la conservation des seuls éléments matériels, vers les différentes composantes matérielles et immatérielles qui assurent le fonctionnement du système patrimonial. Enfin, les débats conclusifs du cours seront consacrés à l'analyse de l'économie du patrimoine culturel dans la perspective de l'économie globale en faisant émerger les principaux défis et problèmes actuels.

### Événements et animation des territoires

L'animation est devenue omniprésente dans la valorisation et mise en tourisme : fêtes, nocturnes, festivals, événements, etc., et constituent un outil de communication, de diversification des publics, mais aussi de réaménagement et transformation des sites et territoires.

Le cours vise donc à caractériser les différents types d'animation (des festivals aux grands événements), comprendre les effets de l'animation et de l'événementiel sur un territoire, analyser ses impacts multidimensionnels, intégrer les études des publics dans l'analyse d'un festival, et appréhender les modalités de mise en œuvre d'une animation de site ou territoire (montage, programmation, financement).

Ce cours trouve une application pratique dans son articulation à un événementiel de valorisation du patrimoine des cités-jardins d'Ile-de-France (le Printemps des Cités-jardins), à travers des travaux par groupes constituant l'évaluation du cours.

**F**

**Finances internationales et tourisme**

Bases de la finance en contexte international et notions de gestion du risque de change.

## G

### Géographie du tourisme

Le cours introduit l'approche géographique dans la compréhension du phénomène touristique, depuis son apparition et jusqu'à aujourd'hui. Après une séance plus théorique sur les apports et les enjeux de l'approche géographique, le cours aborde la question de la typologie des lieux touristiques et de leur évolution. Le cours met l'accent sur l'émergence des lieux touristiques littoraux et de montagne. Il examine le phénomène des stations touristiques de façon diachronique et dynamique. Il aborde ensuite de façon critique plusieurs cas d'étude de lieux touristiques emblématiques qui ont émergé au cours des XIX-XXIe siècle (tels que Brighton, Las Vegas, Dubaï, etc.). Il porte un intérêt particulier sur les destinations urbaines telles que Paris, Barcelone ou Baltimore, toutes examinées à travers une thématique particulière.

### Gestion

Le cours vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser la formation du résultat d'une entreprise.

Thèmes du cours : 1. Introduction 2. Des bases de comptabilité 3. La fixation du prix 4. Le calcul des coûts 5. Le comportement des coûts 6. Prévoir et orienter 7. Le pilotage.

### Gestion budgétaire et financière des projets touristiques

L'objectif de ce cours est de sensibiliser les étudiants aux problématiques des projets dans les industries du tourisme. Deux compétences fondamentales seront acquises : Savoir évaluer le coût et maîtriser les délais d'un projet. Le cours s'appuie sur les notions fondamentales de gestion financière liées à l'évaluation de projets.

### Gestion de la qualité dans les organisations touristiques

L'enseignement introduit une discussion autour des antécédents et des conséquences de la qualité dans les organisations du tourisme (hôtels, destinations, institutions...). Le cours présente la gestion de la qualité totale (TQM) en particulier sous les aspects organisationnels (Wruck & Jensen, 1994). La seconde partie aborde la perception de la qualité, par les consommateurs de services touristiques. Les participants doivent être capables d'utiliser des outils comme SERVQUAL, développés par Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ou Six Sigma.

### Gestion Hôtelière

La structure et l'organisation d'un hôtel

La finance dans l'hôtel (rôle, responsabilités, organisation ; Principe généraux de la finance)

Typologies et classification (Principaux états financiers ; Natures de transactions ; Amortissement et provision)

Structure de l'activité d'un hôtel (Cycle de production, Fond de roulement / Besoin en fond de roulement, Saisonnalité, Segmentation de clientèle, Rentabilité et solvabilité, Coût fixes et coûts variables, Seuil de rentabilité)

Uniform system of accounts for lodging industry (Présentation et structure, KPI's – Key performance indicators, Exemple, A quoi servent ils)

Les types d'investissement et de gestion hôtelière (Propriété, Location, Management, Franchise)

Prévisionnel( Objectifs et structure)

Investissement et choix d'investissement.

### Gouvernance des territoires dans le cadre du développement durable

Le cours vise à développer les conditions d'émergence et les diverses acceptations des notions clefs de durabilité/tourisme/gouvernance/territoire dans le champ de l'aménagement et des politiques de développement territorial. Les territoires touristiques de montagne, type stations de sports d'hiver, pourront servir de cadre d'illustration.

### Institutions internationales, géopolitique et mondialisation

Avec l'importance croissante du tourisme dans l'économie internationale sont apparus des entités responsables de sa mesure, de sa gestion et de son développement mais également des institutions de lobby pour la reconnaissance du tourisme comme force économique et de changement. Toutefois, malgré une volonté d'amener le tourisme vers un développement durable de ses activités, il reste et demeure un secteur répondant principalement à des impératifs économiques. Quel rôle joue véritablement ces institutions internationales dans l'accompagnement du phénomène touristique, de ses crises et de ses transformations ? Si l'OMT possède le leadership politique voire idéologique, un manque de moyens certain porte à croire qu'il n'est peut être pas l'organisme le plus à même d'opérer ou d'encourager la transition vers un tourisme durable.

Le tourisme est souvent considéré comme « *un instrument au service de la paix et du dialogue entre les civilisations* ». Les événements du 11 septembre et les attentats de Bali, pour ne citer que quelques exemples, ont considérablement joués dans la transformation du tourisme et en particulier dans l'évolution des normes de sécurité. Mais avant tout, le tourisme apparaît comme un élément modérateur et vecteur de dialogue des civilisations. Quel rôle peut justement jouer le tourisme dans le contexte actuel, en particulier avec le printemps arabe (2011) et la crise financière internationale ?

### Interprétation du Patrimoine et nouvelles technologies

#### 1. Présentation générale des interventions et planning des cours

Définition de l'interprétation à travers les TIC

Présentation de la société / historique et mode de fonctionnement/ rôle du service de production

Etat du marché : concurrence/ internationalisation/métiers

Les formes de prestation et les maîtres d'ouvrages : publics (Musées, sites, villes, collectivités territoriales...) et privés

2. Présentation des outils TIC : audioguide, audiopen, vidéoguide, APPLI avec géolocalisation GPS, systèmes intégrés (IR, Beacon, 3D, réalité augmentée...) et adaptation en fonction des sites.

Présentation d'un exemple d'exploitation avec chaque outil

La production d'un parcours sur TIC : Méthodologie-budgets-contrats-métiers-plannings

Présentation d'exemples et fac-similés.

3. L'interprétation spécifique aux outils de médiation numériques : les particularités de la rédaction et de la traduction, les différents publics (identification, publics spécifiques...), les droits attachés (texte, images...)

Les formes de marchés :

-Marchés publics : appels d'offres, cahiers des charges : définitions/structure des réponses : exemple et contre-exemple/ aspects financiers et législatifs

-Marchés privés : les tours opérateurs, les offices de tourisme/ particularités

4. Visite d'un site avec les étudiants / Analyse critique et propositions d'amélioration

5. Invitation auprès de deux maîtres d'ouvrages, intervenants extérieurs : un grand site en exploitation audioguide (Versailles ou Beaubourg Metz) et une visite de ville sur APPLI géolocalisée (Noyon ou Compiègne).

### International cooperation policies/ Les politiques de coopération internationale

This module deals with international tourism development, the main challenges facing governments in this domain, multilateral cooperation to develop informed political responses and some of the policies implemented to tackle these challenges. It aims to give students information on and an understanding of some of the policies that are currently in place in a sample of countries;

Ce cours traite du développement du tourisme au niveau international, des principaux défis auxquels sont confrontés les gouvernements dans ce domaine, la coopération multilatérale pour élaborer des réponses

politiques éclairées et de quelques politiques mises en place pour y faire face. Il vise à fournir aux étudiants des éléments d'information et de compréhension des politiques actuellement conduites au sein d'un échantillon de pays.

### **International tourism and poverty reduction/ Tourisme international et réduction de la pauvreté**

Tourism is a factor of economic growth, but many commentators also defend its ability to combat poverty. There is debate surrounding this approach, however, particularly where the idea that it is possible to develop so-called pro-poor tourism is concerned. The gap that exists between political good intentions and the reality on the ground has meant that the participation of the poorest in the development of the tourism sector has not always met with expectations.

Si le tourisme est facteur de croissance économique, nombreux sont ceux qui défendent également sa capacité à lutter contre la pauvreté. Pourtant cette approche ne fait toujours pas l'unanimité et en particulier l'idée qu'il puisse être possible de développer un tourisme dit « pro-pauvres ». Entre volonté politique et réalité du terrain, l'implication des plus pauvres dans le développement du secteur touristique n'a pas toujours rencontrée les résultats attendus.

## L

### L'internationalisation de la demande touristique

Dès ses origines, le phénomène touristique a revêtu une dimension transfrontalière. Cette caractéristique s'est accentuée avec l'avènement du tourisme de masse et l'abaissement relatif du coût du transport longue distance. Non seulement la croissance des flux des déplacements internationaux a été forte et soutenue, mais le phénomène s'est globalisé et des interrelations de plus en plus marquées se sont développées avec les grands problèmes économiques, financiers, commerciaux, mais aussi environnementaux, politiques, sanitaires, sociaux et culturels, de notre temps. Des structures et des politiques de coopération ont été bâties pour répondre à cette nouvelle problématique.

### La mise en tourisme des sites

Ce cours complète notamment le cours de marketing du 1er semestre. Il a pour objectif d'aborder les fondamentaux nécessaires pour construire une politique cohérente de mise en tourisme d'un site géographiquement défini.

Les politiques de mise en tourisme étudiées sont celles des différents acteurs impliqués dans la valorisation des sites touristiques. Il s'agit notamment de mettre en application des outils méthodologiques, des indicateurs et des grilles d'audit, pour évaluer les politiques et les moyens que se donnent les acteurs étudiés en vue de définir et mettre en œuvre ces politiques (étude de marché, etc.) et pour interpréter les attentes des touristes et des populations locales.

### Le patrimoine culturel : approches théoriques et pratiques

Venise, lieu emblématique de l'invention du patrimoine urbain et du tourisme culturel, servira de fil conducteur à une exploration des relations entre tourisme et patrimoine, du point de vue des discours et des politiques. Objet de nombreux discours, condamnations, Venise demeure néanmoins un haut-lieu touristique. Surfréquentation et discours de la muséification, nécessaire gestion des flux, relations centre-périphérie, difficile rencontre de l'habitant comme autre, mutations du tourisme culturel, gestion d'un site iconique de la Liste du Patrimoine mondial, collusions entre industrie touristique et mondes politiques, prégnance forte des imaginaires, Venise constitue davantage qu'un cas emblématique.

Seront ainsi explorés les discours sur le rapport négatif entre tourisme et patrimoine, les modalités de gestion des flux, les enjeux de l'authenticité à travers la rencontre de l'autre, la place des imaginaires sur le temps long de constitution des lieux touristiques, les modalités de réinvention du tourisme.

### Les acteurs et les métiers du patrimoine

Le cours analyse l'importance de la question des ressources humaines dans le développement des sites patrimoniaux ; il présente les différents métiers et acteurs du patrimoine.

La gestion des ressources humaines ; Le recrutement et la formation ; Spécialisation vs. Polyvalence ; Délégation et transversalité ; Le conservateur ; L'administrateur ; Les médiateurs ; Les gestionnaires ; Les autres professions ; Le chef d'établissement ; La question du *leadership* ; Le bénévolat ; Les RH, un levier pour le développement des sites

### Les concepts économiques fondamentaux

Le cours explorera à la fois les dimensions économiques du tourisme et la place du tourisme dans l'économie. Dans un premier temps, les difficultés conceptuelles et méthodologiques d'une approche économique du tourisme seront mises en évidence et examinées. Ensuite, le cours examinera le produit touristique, en approfondissant les spécificités du service touristique et les problèmes de coordination posés. Au-delà de l'offre, la demande touristique sera étudiée en précisant les fondements, formes et fonctions de demande. Dans cette perspective, une double approche micro et macroéconomique sera présentée. Enfin, le cours portera sur les impacts du tourisme, non seulement économiques, mais aussi sociaux, culturels et environnementaux. A ce propos, l'importance du tourisme pour l'économie nationale sera définie à partir de différentes méthodologies : mesures d'impacts, balance des paiements et comptes satellites du tourisme. Une attention particulière sera portée sur l'évaluation des emplois du secteur touristique, en précisant



l'importance des emplois directs et indirects, les formes particulières d'emplois et les difficultés du marché du travail touristique.

### **Les fondements du marketing touristique**

Le contenu du cours tient compte des objectifs suivants : L'acquisition de connaissances de base dans les domaines du marketing des services et du tourisme : notions de base, "boite à outils" marketing ; L'application des concepts fondamentaux du marketing au contexte des entreprises et structures touristiques en tenant compte des différentes spécialités de M1; La prise en compte du développement d'Internet et de la variété des clientèles des entreprises organismes et destinations touristiques en France.

### **Les marchés du tourisme**

Le cours étudie les marchés du tourisme et en approfondit les mécanismes de fonctionnement et les formes : concurrence parfaite, monopole naturel, monopole discriminant, concurrence imparfaite, concurrence spatiale, oligopole simple, oligopole différencié, oligopole à frange concurrentielle. Ensuite, il examine le rôle des firmes touristiques et les fondamentaux de leur compétitivité à partir de leurs systèmes de coûts, de rendements et de rentabilité. Enfin, une attention particulière sera consacrée aux phénomènes de concentration, notamment de l'industrie touristique. Cette analyse prendra en compte : le dualisme du secteur de l'hôtellerie-restauration, le rôle des tour-opérateurs, la concentration du secteur aérien et les grands réseaux des agences de voyages.

### **Les outils de la protection du patrimoine naturel et culturel**

Le cours vise à conférer une connaissance pratique des différentes réglementations nationales, européennes et internationales s'appliquant à ce secteur. L'objectif, pour les étudiants, est d'avoir une vision d'ensemble des protections patrimoniales et de savoir répondre de manière appropriée aux problèmes juridiques susceptibles de se poser aux acteurs du patrimoine, services administratifs, collectivités, institutions muséales, offices du tourisme, fondations, associations etc., dans la réalisation de leurs projets patrimoniaux.

## M

### **Management durable de projets touristiques**

A l'issue de cet enseignement, l'étudiant devra être en mesure de développer les dimensions « durables » d'un projet touristique. L'enseignement se partage entre un cours magistral et des travaux de groupe sur des thèmes du développement durable illustrés par des projets touristiques.

### **Marketing et filières du tourisme culturel**

Ce cours examine les problématiques propres au marketing appliqué au tourisme culturel et notamment aux filières du tourisme culturel. Dans un premier temps, la configuration de ces filières sera étudiée afin d'en mettre en évidence les acteurs, les composantes de l'offre et leur potentiel. Ensuite, les différents profils des consommateurs seront identifiés. A partir de ces considérations d'ordre général, le cours définira les principaux modèles, stratégies et outils de marketing permettant de renforcer les filières du tourisme culturel et de les mettre en valeur auprès des publics ciblés. L'étudiant sera en mesure de mettre au point un plan marketing intégré appliqué à une filière du tourisme culturel et capable de générer des synergies au niveau des acteurs, des ressources identifiées, des actions.

### **Médiation culturelle et tourisme**

La médiation culturelle est devenue l'un des recours privilégiés pour créer et/ou multiplier les conditions d'une rencontre entre publics et lieux culturels. Mais que recouvre exactement cette notion ? A partir d'exemples significatifs, l'on s'interrogera sur les enjeux et les techniques des médiations culturelles.

### **Métropolisation, Globalisation et Tourisme/Metropolization, globalization and tourism**

This aim of this module is to analyse new forms of metropolitan tourism in a globalisation context by linking it to metropolitan transformations. Far from just being a discovery of protected historical sites, tourism now extends to all world metropolises, from North to South and East to West. It is a tool for the renewal of central spaces, spreading out towards the peripheries. A new geography of metropolitan tourism is now being drafted, and it needs new governance mechanisms. As a consequence, metropolitan tourism practices are currently undergoing change;

Ce cours vise à analyser les nouvelles formes prises par le tourisme métropolitain, dans le contexte de globalisation, en l'articulant aux transformations métropolitaines. Loin de se réduire à la découverte de centres historiques protégés, le tourisme s'étend désormais à l'ensemble des métropoles mondiales au nord comme au sud, constitue un instrument de renouvellement des espaces centraux, se diffuse vers les périphéries. Une nouvelle géographie de la métropole touristique s'esquisse, nécessitant de nouvelles modalités de gouvernance. Dès lors, les pratiques touristiques métropolitaines elles-mêmes évoluent.

### **Modes de gestion publique et privée du patrimoine**

Le cours présente les différentes modalités de gestion des sites patrimoniaux (musées, monuments, demeures privées, centres d'interprétation, centres d'art, centre de culture scientifique et technique, festivals...), en en faisant apparaître les avantages et les inconvénients.

La diversité des modes de gestion ; L'importance relative du statut par rapport au projet ; La gestion directe ; La gestion autonome ; La gestion déléguée ; La gestion privée

### **Montage juridique des projets touristiques**

Le cours aborde la question de l'encadrement des projets touristiques dans ses différentes dimensions juridiques. Il présente ainsi les spécificités des projets touristiques portés par des personnes publiques et ceux portés par des personnes privées. Par ailleurs plusieurs paramètres juridiques seront étudiés qui doivent être pris en compte lorsqu'il s'agit de déterminer les différents contrats administratifs ou privés envisageables pour mener à bien un projet touristique. Enfin ce cours présente les contrôles exercés par les juges administratifs et judiciaires sur les projets touristiques.

### Montage financier de projets touristiques

L'enseignement vise à faire découvrir des concepts et des outils simples afin de comprendre et maîtriser les étapes du montage et la recherche de financement de projets touristiques, en portant une attention particulière sur les rôles des acteurs clés (porteurs de projets/partenaires financiers) selon leurs profils (acteurs publiques/acteurs privés). Le cours vise à sensibiliser les étudiants sur les motivations et objectifs de chaque famille d'acteur, éléments majeurs pour faire émerger un projet touristique dont la recherche de partenaire financier devra intégrer à chaque étape, quelques notions clés exposées et illustrées.

### Multimédia, nouvelles technologies et patrimoine/ Multimedia, new technologies and heritage

This module has the following learning outcomes:

Knowledge – students will understand the role that ICT plays in tourism, both in the tourism experience and in the tourism and hospitality industry. In particular, it will address how ICT can help to communicate heritage and promote sustainable development.

Know-how – students will be able to analyse and assess online communications of heritage and improve and design promotional activities.

Social knowledge – students will discover how ICT is used for the communication and management of heritage tourism.

*Savoir*: les apprenants comprendront le rôle joué par les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le tourisme – à la fois l'expérience du tourisme et l'industrie du tourisme et de l'hospitalité. En particulier, ils vont comprendre comment les TIC peuvent aider à communiquer le patrimoine, et à promouvoir le tourisme durable.

*Savoir-faire*: les apprenants seront en mesure d'analyser la communication en ligne du patrimoine, et de l'évaluer. Ils seront également en mesure de l'améliorer et de concevoir des activités de promotion.

*Savoir-être*: les apprenants seront conscients de la contribution apportée par les TIC pour la communication et la gestion du tourisme patrimonial.

### Mutations rurales et tourisme

Chapitre 1. La reconfiguration des territoires ruraux en France et dans le monde et les nouveaux enjeux de la ruralité au XXI<sup>e</sup> siècle

Hybridation des modes d'habiter : déconstruction des catégories statistiques du rural à l'urbain

Mutations contemporaines des territoires qualifiés de ruraux :

Transformation d'une agriculture paysanne vers des formes nouvelles d'agriculture productiviste (agrobusiness, accaparement des terres...) dans le cadre de la mondialisation agricole

Transformation d'espaces agricoles en espaces ruraux dans lesquels les fonctions résidentielles, de loisirs et de protection de l'environnement prennent une part grandissante : urbanisation, patrimonialisation des campagnes

Gentrification rurale / « *greentrification* » : mutations des paysages, des commerces, des logements, nouvelles pratiques sociales et environnementales

Chapitre 2. L'agritourisme : enjeux, acteurs et pratiques (études de cas en France et dans le monde)

Chapitre 3. Stratégies de destination des territoires ruraux : le cas de l'oenotourisme

Bourgueil - Chinon

Napa Valley (Californie)

La Route du Vin de Salta (Argentine)

## O

### **Organisation administrative et comptable**

Ce module vise à exposer les fondamentaux de la comptabilité générale et analytique dans le contexte des entreprises du tourisme. L'objectif est de comprendre la logique de la structure comptable et les enjeux de la comptabilité. Il s'agira notamment d'être capable de lire les principaux documents comptables et financiers et de comprendre leur construction. Seront présentés les différentes comptabilités, les documents et les objectifs de la comptabilité ainsi que le processus et la production comptable.

### **Outils et méthodes d'observation du tourisme**

Le cours a pour objet de sensibiliser aux processus de décision et d'évaluation qui exigent de connaître et maîtriser les bases de l'observation touristique, le vocabulaire, les concepts, leur utilisation. L'identification des bonnes sources statistiques, la connaissance des méthodes d'enquêtes permettent de disposer du recul critique indispensable à la bonne exploitation des informations. La réflexion sur la recherche de bons indicateurs constitue un point de passage indispensable dans toute situation de prise de décision.

Le cours présente les grands indicateurs du tourisme, et des informations actualisées sur les acteurs « observateurs » du tourisme, les centres de ressources et sources de données économiques, les bases statistiques publiques et privées aux différents niveaux territoriaux.

Les outils et méthodes d'observation économique du tourisme, pilotés notamment au niveau national, sont présentés et illustrés (enquêtes, dispositif de veille, organismes concepteurs d'études et de recherche ...). Leur interprétation et les limites sont également abordées autour des données macro-économiques nationales.

L'intervention vise ainsi à permettre de mettre en perspective la notion d'observation et son utilisation dans toute prise de décision. La démarche doit conduire chaque professionnel du tourisme à comprendre la démarche d'observation, de veille, et d'analyse, et à s'approprier cette démarche dans son cadre de travail.

### **Outils et techniques d'analyse de la métropole touristique**

Dans un secteur professionnel où l'intelligence économique joue un rôle de plus en plus important, il est essentiel pour le développement du tourisme en métropole de savoir d'une part où trouver l'information existante et d'en connaître les limites et, d'autre part, de disposer des compétences nécessaires pour créer de l'information, notamment statistique, la traiter et l'utiliser efficacement.

Ce cours est composé de deux parties. Une première partie (G. Chareyron) détaille l'usage possible des données issues du big data au service de la connaissance des pratiques touristiques, à partir des données mises en ligne par les touristes eux-mêmes sur les réseaux sociaux. Une seconde partie (O. Ponti) est consacrée aux dispositifs d'observation statistique et de veille, et présente le déroulé d'une enquête et analyse statistique de pratiques touristiques métropolitaines.

## P

### Patrimoine culturel et naturel : quels enjeux aujourd'hui ?

Le cours aborde la notion du patrimoine dans ses différentes dimensions (culturelle/naturelle, tangible/intangible, monumentale/vernaculaire). Il montre le contexte de la mise en place de cette notion, au XIXe siècle, et son élargissement (thématique, spatial, chronologique) au cours du XXe et du XXIe siècle. Il vise à analyser les multiples dimensions (sociales, culturelles, économiques) d'une notion polysémique. Il aborde les enjeux qui sont liés au patrimoine : économiques, sociaux, culturels, touristiques.

### Patrimonialisation et territoires

L'objectif de cette partie du cours sera d'examiner comment les mobilités contemporaines (migrations, tourisme, mais aussi circulation de pratiques, d'images et d'idées) remettent en cause l'équation habituellement posée entre patrimoine et territoire. L'étude des patrimonialisations doit prendre en compte les flux qui traversent les territoires et les réseaux qui les mettent en connexion dans un contexte de globalisation. Nous envisagerons les liens entre patrimoine et mobilité sous l'angle du patrimoine des migrations, mais aussi de la mobilité des patrimoines (circulation des pratiques patrimonialisées, processus de restitution). La question du tourisme, indissociable de ces questions, sera abordée au fil des séances : comment le patrimoine des migrations peut-il faire l'objet d'une valorisation touristique? Dans quelle mesure le retour des migrants dans leur pays d'origine (tourisme dit "des racines") peut-il jouer un rôle déclencheur dans la fabrique du patrimoine ?

### Plateformes Touristiques et hébergement

### Politiques d'attractivité à l'international

La question de l'attractivité a suscité depuis quelques années un intérêt croissant, aussi bien dans le monde des chercheurs en économie qu'au sein des agences de développement territoriales. Ce cours a pour objectif d'aborder les fondamentaux nécessaires pour comprendre les politiques menées pour développer l'attractivité du tourisme à différents niveaux.

### Préservation des sites culturels : principes généraux et études de cas

L'enseignement a pour objectif d'étudier la dynamique et les effets de la patrimonialisation du bâti : il examinera les interactions entre connaissance historique et scientifique d'un lieu, définition des objectifs et des méthodes de restauration architecturale, perception par les habitants et usages par les visiteurs, mise en tourisme et gestion du site, pour s'interroger sur la façon dont se construit ce que, *in fine*, on conserve et valorise d'un patrimoine architectural ou urbain.

### Préservation, Gestion et mise en valeur des Grands sites de France

Enseignante : Anne VOURC'H, Directrice du réseau Grands Sites de France

Contenu : La séquence est centrée sur la gestion opérationnelle de sites patrimoniaux. Elle est composée de séances de méthodes et d'interventions de gestionnaires de terrain, en fonction sur des sites culturels et/ou naturels, chargés de la préservation et de la mise en valeur des sites dans une perspective de développement durable. Les exemples portent sur des sites labellisés "Grands Sites de France" par l'Etat, sites classés de forte notoriété, engagés dans une démarche de développement durable, avec le témoignage d'un site faisant face à des enjeux de maîtrise intelligente des flux touristique et d'un site en recherche d'accroissement de fréquentation. Dans ses principes et ses objectifs, le label "Grand Site de France" s'inspire de la Convention du patrimoine mondial de 1972 dont il représente, dans sur certaine mesure, une application de l'article 5 La séquence est l'occasion pour les étudiants de rencontrer et de dialoguer avec des professionnels en poste dans des organismes de gestion locale de sites patrimoniaux.

### **Processus de montage de projet public - privé**

La conception et la mise en œuvre des projets touristiques, et plus spécialement les projets structurants, impliquent plusieurs acteurs tels que les collectivités, les financeurs, les exploitants, les entreprises du BTP, etc. Le tourisme devient ainsi un domaine où secteur public et secteur privé sont inséparablement liés. En tout cas le recours au partenariat public-privé est fréquent de nos jours.

Cette multiplicité des intervenants aux enjeux pas forcément convergents et la complexité du processus imposent donc de distinguer et de bien comprendre dès le départ et ensuite tout au long du processus le rôle et la mission assignés à tous ces acteurs. L'approche privilégie également la mise en évidence des contraintes et des facteurs clés de succès de toutes les phases de mise en œuvre. Le tout illustré par des expériences, qui constituent autant de cas d'école pouvant faciliter l'intégration et la compréhension de ces rouages complexes.

### **Projet touristique, mondes artificiels, environnements thématiques**

Ce cours insistera sur l'évolution, voire selon les cas la généralisation, de la mise en scène du territoire selon une approche déterritorialisée et thématisée dans les projets touristiques.

La réflexion portera sur l'importance du projet touristique dans tout ou partie d'un schéma de développement en insistant sur le rôle des acteurs porteurs d'un projet.

Les tendances pour une hybridation entre naturel et artificiel orienteront la réflexion sur la relation projets, pratiques et lieux touristiques. Cette approche soulignera la nécessaire articulation entre tourisme et loisirs. Par ailleurs, ce cours insistera – au travers d'exemples phares tels Abou Dhabi et Dubaï, les parcs Disney, ..., – sur la production de nouveaux territoires et l'importance de la médiatisation dans les projets touristiques.

## Q

### **Quantitative Approach to Tourism**

The main objective of this class will be to make the students familiar with different sources of tourism statistics and consumer surveys that are used by tourism professionals to understand quantitative developments of tourism (UNWTO, Eurostat, WTTC, Flash Eurobarometer, TravelSAT, Reiseanalyse, etc.). After an introduction in the different sources, the students will examine what each source is about and what questions can be answered with the help of each respective source. By sharing real examples and experiences from my work about the application of these data by tourism destinations and tourism companies it will become clear how to work with the data in the different sources. In group work, the students will tackle exemplary problems and elaborate own conclusions based on the data. Integrated in this approach will be quantitative approaches to the topic of sustainable tourism.

## R

### Revenue Management

La maîtrise du chiffre d'affaires d'un hôtel ou d'un point de vente s'appuie sur la tarification (pricing) et la gestion de l'inventaire (demand control). Les participants à ce cours acquerront la capacité à comprendre cette stratégie et à mettre en place des outils opérationnels notamment dans le contexte actuelle des relations entre les établissements d'hébergement et les intermédiaires en ligne.



## S

### **Socio-anthropologie du tourisme**

Ce cours a pour objectif d'introduire dans ses grandes lignes la manière dont l'anthropologie et la sociologie ont abordé la question du tourisme. Les étudiants seront initiés à la spécificité des approches anthropologiques et sociologiques dans le champ plus large des sciences sociales et à la manière dont les méthodes, concepts et problématiques de ces disciplines peuvent être mobilisés pour étudier des pratiques touristiques. A la fin du semestre, les étudiants pourront expliquer les principaux débats théoriques qui ont animé le développement des approches anthropologiques et sociologiques du tourisme et seront capables d'expliquer les principales thématiques abordées dans ces domaines d'étude, en s'appuyant sur des exemples concrets d'études réalisées et de cas ethnographiques.

### **Spécialisation touristique et compétitivité internationale/ Specialization in tourism and international competitiveness**

La concentration économique et géographique des activités et l'accroissement de la concurrence sont des tendances fortes des économies contemporaines. Dans ce cadre, le cours examinera les stratégies de spécialisation touristiques et ceci par rapport à une compétitivité internationale accrue. Les thèmes de la spécialisation et de la compétitivité seront abordés, dans un premier temps, à partir des principales théories économiques. Ensuite, sur la base de cette approche historique et théorique, l'analyse de cas d'étude permettra de comprendre l'intérêt d'une spécialisation touristique internationale, son effectivité, et ses perspectives de pérennisation.

The economic and geographical concentration of activities and increased competition are strong trends in contemporary economies. Within this framework, this module will examine touristic specialization strategies in relation to increased international competitiveness. The themes of specialization and competitiveness will first be approached from the main economic theories. Then, based on this historic and theoretical approach, the analysis of a case study will enable students to understand the importance of an international tourism specialization, its effectiveness and its sustainability perspectives.

### **Stratégies des destinations touristiques/ Tourism Destination Strategies**

L'objectif de ce cours est d'étudier les stratégies mises en place par les destinations touristiques pour alimenter leur identité ou image spécifique et pour se positionner sur une scène de concurrence mondiale, mais aussi nationale ou locale. Nous aborderons en particulier les politiques de spécialisation et thématisation des territoires, en France et à l'étranger, et nous verrons quelles sont les stratégies qui peuvent être déployées dans le cas d'une remise en cause de l'image de la destination dans des situations de changements rapides (catastrophes naturelles, événements politiques, etc.) ;

The course will focus on theory and practice of strategic foresight. This is a contemporary approach to strategic planning which uses a longer time horizon than conventionally. In a lecture strategic foresight will be introduced. Its background will be highlighted, its epistemology and methodology will be presented, and different examples will be given. The lecture will give you the basics for a foresight-lab where we will practice the approach on a real example. You will be trained to work on an environmental scan, identifying driving forces of change, identifying critical uncertainties, constructing alternative future scenarios and using those to formulate strategic courses of action.

### **Stratégies de développement et financement des institutions culturelles**

Comme toute autre organisation, y compris sans but lucratif, les sites culturels doivent être gérés ; cela dans le respect de leurs missions et en tenant compte des politiques publiques, culturelles et autres, et des normes éthiques en vigueur, en France et en Europe. Une application raisonnée des techniques de management peut

donc être envisagée (réflexion stratégique, politique marketing, démarche qualité, contrôle...), dans un contexte de contraction des dépenses publiques et de développement de l'offre concurrentielle. Le choix d'un statut juridique a une importance notable à cet égard. Le cours s'attachera par ailleurs à préciser les conditions actuelles et les possibilités d'évolution du financement des sites culturels : tarification, autres ressources propres, gestion de la relation avec les visiteurs, mécénat et parrainage, fonds de dotation, philanthropie, *crowdfunding*.

#### **PLAN DU COURS**

Les enjeux de la politique culturelle en France et en Europe ; Le financement des musées et du patrimoine ; La politique tarifaire ; Les ressources propres (boutique, cafétéria, location d'espace, autres ressources) ; Le mécénat et le parrainage ; La philanthropie ; Fondations et fonds de dotation ; Le *crowdfunding* ; La collecte de fonds ; Le marketing des sites culturels ; Comparaisons internationales.

#### **Stratégies territoriales et sites patrimoniaux**

La notion de stratégie est devenue un mot-clef, voire un mot-valise, de la planification territoriale et du développement des sites. Quels sont néanmoins les outils et enjeux de construction d'une stratégie touristique et patrimoniale, et quels rapports entre stratégies de sites et stratégies de territoires ?

Après une présentation de la notion et des outils développés pour la construction de stratégies territorialisées, le cours présente la façon dont les territoires formulent des stratégies touristiques et patrimoniales, au service du développement local et de la construction de destinations touristiques, essentiellement à partir de cas français.

Ensuite seront présentées les diverses façons d'articuler sites et territoires au service du développement local, par le prisme des différents modèles d'économie territoriale (PEP, écosystème patrimonial, cluster, etc). Enfin seront envisagées à l'échelle des sites les stratégies de développement par la diversification des services, et l'apport au développement territorial.

## T

### **Tourisme en bassin méditerranéen/ Tourism in the Mediterranean area**

The aim of this module is to present (i) the main economic and political challenges of tourism in the Mediterranean area, which is, alongside Europe, the main tourist region of the world in terms of tourist incoming and outgoing flows and (ii) the specific challenges for the sector in the region.

Le cours vise à présenter les principaux enjeux économiques et politiques du tourisme dans le bassin méditerranéen qui constitue, avec l'Europe, la principale région touristique au monde en termes de réception et d'émission de touristes, ainsi que les défis spécifiques auxquels le secteur est confronté dans la région.

### **Tourisme et développement durable**

Sensibiliser les étudiants aux contenus du développement durable et plus précisément à leur mise en œuvre dans les établissements et activités touristiques

### **Tourisme et environnement**

Cet enseignement souhaite sensibiliser les étudiants aux impacts environnementaux (tant positifs que négatifs) de toute activité et de tout projet touristique.

### **Tourisme et imaginaires géographiques**

Avant, pendant, après, le touriste consomme (et produit) des images, relevant de différentes origines : promotion des destinations touristiques par les offices et agences de voyage, marketing territorial, photos produites par les touristes eux-mêmes et diffusées des soirées diapo aux réseaux sociaux, mais aussi représentations plus ou moins stéréotypées, relevant d'un temps long et de diverses origines (artistiques, administratives, commerciales, etc). Ces images sont spécifiques à une destination, constituant un haut-lieu, ou génériques, qualifiant un type d'espace (la mer, la montagne, la banlieue). Elles sont intentionnellement touristiques ou débordent ce cadre, éventuellement recyclées à ses usages. Prises ensemble, constituent-elles des imaginaires géographiques et touristiques ?

Dans ce cours on montrera à travers l'étude de certains lieux (Paris, Valparaiso, New York, ...) ou de certains items géographiques (l'île tropicale, la nature, la ruine) que leur institution en objets de désir relève d'une construction historique et discursive qui s'articule à des usages et des visions du monde.

### **Tourisme et interculturalité**

Le cours vise l'acquisition d'outils théoriques permettant de comprendre les phénomènes interculturels selon un point de vue qui dépasse une approche essentialiste de la culture. A l'issue du cours, les étudiants seront à même de distinguer les différentes approches - en particulier celles de la socio-anthropologie et de la gestion - appliquées à l'interculturalité. Ils auront connaissance des différentes manières dont la question de l'interculturalité se pose dans les contextes touristiques. A partir d'études de cas, les étudiants seront amenés à analyser des situations définies comme interculturelles en choisissant un point de vue disciplinaire.

### **Tourisme é(TIC)**

Le cours abordera notamment les thématiques suivantes :

- Le tourisme à l'ère des TIC (technologies de l'information et de la communication) et du digital: Problématiques et Enjeux.
- Les apports des TIC dans le secteur du tourisme: Transformations et Innovations.
- Tourisme durable & TIC.
- Le rôle des Big Data dans le développement et la gestion des projets touristiques.
- E-tourisme: Modes d'organisations et nouvelles tendances.

### **Tourism from a European perspective/ Le tourisme vu par l'Europe**

Europe is the number one tourist destination worldwide, and the tourism sector is the European Union's third biggest socio-economic activity. The objective of this module is for students to gain a better understanding of the resources used by European institutions and their objectives for developing this strategic economic sector.

L'Europe est la première destination touristique du monde. Le secteur du tourisme est aussi la troisième activité socio-économique de l'Union européenne. L'objectif de ce module est de mieux comprendre les objectifs et les moyens mis en œuvre par les institutions européennes pour développer ce secteur économique stratégique.

### **Tourisme et transports internationaux**

La banalisation et la multiplication des déplacements conduit à appauvrir l'imaginaire des transports comme élément du voyage. La durée du transport est au mieux vécue comme un moment de transition, un temps d'ajustement entre deux rythmes, deux espaces. Partant du constant de cette disjonction croissante, on peut alors s'interroger sur la nature des qu'entretiennent les deux termes et la possibilité de réinventer une transition de l'un à l'autre.

### **Tourisme international et économies émergentes (BRIC)/ International tourism and emerging economies (BRIC)**

Today the tourism industry is one of the most important driven forces of economic growth worldwide, and the BRICs and Developing Countries are playing a crucial role in this trend. After many years of rapidly development and industrialization, many developing economies and emerging markets are paying more and more attention to tourism, by addressing the policy actors and decision-makers to enhance broaden their horizons (and implementing new alternatives of development) within their regional economic systems. Following this assumption, at this time the tourism represents the main economic and cultural pivot for re-thinking a new form of qualitative growth that supposed to hold the sustainability and the environment principles as the main paradigms of reference.

Therefore, we also need to look at the essential factors and reasons which have resulted in some profound changes to tourism worldwide (Asia, Africa, and South America in particular) and at how new forms of tourism have emerged and are emerging in Developing Countries. During the course, we will analyse the important elements and factors of change, the main international framework of global development and how Europe is reacting to these rapid changes in a multi-polarity world system. We will pay attention to the local, regional and global phenomena in order to face and understand their impacts (natural, social, cultural, economic, political, and environmental) and effects in the emerging economies and how the new tourist markets are developing their specific services and products.

In the developing countries and BRICs, the emergence of new forms of tourism in terms of sustainable, cultural and eco-tourism is testimony to the rising of new characteristics of tourism and hospitality industries, which need to upgrade and work together in order to foster the level of competitiveness and social innovation in terms also of co-creation and co-production in specific tourist destinations. It is known that the "new" in tourism also helps us to trace the relationships with new types of consumer (known as the middle class from emerging countries), new types of institutional and private organizations by local and political linkages and new forms of economic productions related to these particular countries, which are experiencing a huge growth based on tourism and hospitality industry. To conclude, the course will provide the main contents concerning the fundamental and rapid changes in the tourism sector (and regions involved) and it will target the main learning outcomes in order to meet the students' needs and expectations. It will show different examples and models of development based on practical and strategic tourism approaches in order to meet the required objectives, underlined by the IREST program.

L'émergence des BRICS a considérablement modifié la physionomie de l'économie internationale mais aussi celle du tourisme. D'un côté, cette nouvelle demande touristique représente une opportunité pour les

destinations traditionnelles victimes de la concurrence des pays émergents. D'un autre, les BRICS sont apparus par la diversité de leur offre touristique comme de véritables concurrents. L'étude des flux entrants et sortants des BRICS permet de mieux comprendre la véritable manne économique qui en découle mais aussi les besoins nouveaux auxquels les destinations doivent répondre. L'objectif du cours est principalement de former les étudiants à la lecture des statistiques du tourisme et à la triangulation des données dans un objectif de réflexion sur l'utilisation et l'apport de données économiques (marketing, services, politiques, etc.)

### **Tourism management of World Heritage Sites/Gouvernance et mise en Tourisme des sites du Patrimoine mondial**

This course brings together several speakers: university lecturers from the UNITWIN-UNESCO network, UNESCO World Heritage Center experts, heritage and World Heritage network managers, representatives of World Heritage advisory bodies, etc.

It aims to give students a set of knowledge enabling to identify the issues that revolve around heritage today and more particularly around its tourism management.

At the end of the course, students must be able to:

- Identify national and local regulatory contexts of site management.
- Appreciate the diversity and roles of different stakeholders involved in World Heritage Sites, with particular interest for local communities.
- Explain the issues related to tourist development and the behavior of tourists visiting World Heritage Sites.
- Analyze, identify and implement strategies for sustainable tourism management from an environmental and sustainable point of view.
- set-up management plans that meet both the expectations of UNESCO and the communities.

The course will refer to case studies located both in France and abroad in order to make an international comparison.

Ce cours réunit plusieurs intervenants : des enseignants des universités du réseau UNITWIN UNESCO, des experts du Centre du Patrimoine Mondial de l'UNESCO, des gestionnaires des réseaux du Patrimoine et du Patrimoine mondial, des représentants des organismes Conseil du Patrimoine Mondial, etc.

Il vise à donner aux étudiants un ensemble de connaissances permettant de cerner les enjeux qui s'articulent aujourd'hui autour du patrimoine et plus particulièrement autour de sa gestion touristique.

A l'issue du cours, les étudiants doivent être en mesure de :

- Identifier les contextes réglementaires nationaux et locaux de la gestion des sites
- Apprécier la diversité et les rôles des différentes parties prenantes impliquées dans la conservation et la gestion des sites du patrimoine mondial, avec un intérêt particulier pour les communautés locales.
- Expliquer les enjeux liés au développement touristique et des comportements des touristes visitant les sites du PM
- Analyser, identifier et mettre en œuvre des stratégies pour une gestion touristique durable du point de vue de la conservation et d'un point de vue environnemental.
- mettre en place des plans de gestion répondant à la fois aux attentes de l'UNESCO et des communautés.

Le cours d'appuiera sur des cas d'étude situés aussi bien en France qu'à l'étranger pour une comparaison internationale

## Liste des salles de cours et adresses

Salle	Adresse
Amphithéâtre Descartes, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris (métro Luxembourg ou Cluny-Sorbonne)
Salle D630, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris Galerie Richelieu – RDC (métro Luxembourg ou Cluny-Sorbonne)
Salle D631, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris Galerie Richelieu – RDC (métro Luxembourg ou Cluny-Sorbonne)
Salle D632, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris Galerie Richelieu – RDC (métro Luxembourg ou Cluny-Sorbonne)
Salle 2, Panthéon	Place du Panthéon, 75005 Paris (escalier K 2 <sup>e</sup> étage) (métro Luxembourg)
Salle 303, Institut Michelet	3 rue Michelet 75006 Paris (salle 3 <sup>e</sup> étage, juste à la sortie de l'escalier) (métro Port Royal ou Luxembourg)
Salle 106, Institut Michelet	3 rue Michelet 75006 Paris
INHA, Salle Demargne	2 rue Vivienne, 75002 Paris (métro Bourse, Pyramides, Palais Royal)
INHA, Salle Grodecki	2 rue Vivienne, 75002 Paris (métro Bourse, Pyramides, Palais Royal)

INHA, Salle Perrault	2 rue Vivienne, 75002 Paris  (métro Bourse, Pyramides, Palais Royal)
Salle Tolbiac 302, Centre 17 rue de Tolbiac	17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (métro Biblio. F. Mitterrand)
Salle Tolbiac 404, Centre 17 rue de Tolbiac 17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (métro Biblio. F. Mitterrand)	17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (métro Biblio. F. Mitterrand)
Salle Tolbiac 405, Centre 17 rue de Tolbiac 17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (métro Biblio. F. Mitterrand)	17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (métro Biblio. F. Mitterrand)
Salle Tolbiac, Centre Pierre Mendès France	90 rue de Tolbiac 75013 Paris  (métro Olympiades)
Amphithéâtre du Lycée Claude Monet	1 rue docteur Magnan, 75013 Paris  Amphi en sous-sol (à gauche en entrant)  (métro Olympiades, Tolbiac ou Place d'Italie)
Fondation Hellénique, Cité Universitaire Internationale de Paris	47 B Boulevard Jourdan  75014 Paris  (métro Porte d'Orléans ou Cité Universitaire)
Maison de la Tunisie, Cité Universitaire Internationale de Paris	45 A Boulevard Jourdan  75014 Paris  (métro Porte d'Orléans ou Cité Universitaire)

**Attention** : il est nécessaire de se munir de sa carte d'étudiant pour accéder aux salles.

## Classroom list and addresses

<b>Classroom</b>	<b>Address</b>
Descartes amphitheater, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris  (Metro stop: Luxembourg or Cluny-Sorbonne)
Room D630, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris  Galerie Richelieu - ground floor  (Metro stop: Luxembourg or Cluny-Sorbonne)
Room D631, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris  Galerie Richelieu - ground floor  (Metro stop: Luxembourg or Cluny-Sorbonne)
Room D632, Sorbonne	Rue de la Sorbonne, 75005 Paris  Galerie Richelieu - ground floor  (Metro stop: Luxembourg or Cluny-Sorbonne)
Room 2, Panthéon	Place du Panthéon, 75005 Paris  (Staircase K, 2nd floor)  (Metro stop: Luxembourg)
Room 303, Institut Michelet	3 rue Michelet  75006 Paris  (Room on the 3rd floor, just by the stairwell exit)  (Metro stop: Port Royal or Luxembourg)
Room 106, Institut Michelet	3 rue Michelet  75006 Paris
INHA, Room Demargne	2 rue Vivienne, 75002 Paris  (Metro stop: Bourse, Pyramides, Palais Royal)
INHA, Room Demargne	2 rue Vivienne, 75002 Paris  (Metro stop: Bourse, Pyramides, Palais Royal)



INHA, Room Demargne	2 rue Vivienne, 75002 Paris  (Metro stop: Bourse, Pyramides, Palais Royal)
Tolbiac Room 302, Centre 17 rue de Tolbiac	17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (Metro stop: Biblio. F. Mitterrand)
Tolbiac Room 404, Centre 17 rue de Tolbiac 17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (Metro stop: Biblio. F. Mitterrand)	17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (Metro stop: Biblio. F. Mitterrand)
Tolbiac Room 405, Centre 17 rue de Tolbiac 17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (Metro stop: Biblio. F. Mitterrand)	17 rue de Tolbiac 75013 Paris  (Metro stop: Biblio. F. Mitterrand)
Tolbiac Room, Centre Pierre Mendès France	90 rue de Tolbiac 75013 Paris  (Metro stop: Olympiades)
du Lycée Claude Monet amphitheater	1 rue docteur Magnan, 75013 Paris  The amphitheater is in the basement (on the left as you come into the building).  (Metro stop: Olympiades, Tolbiac or Place d'Italie)
Fondation Hellénique, Cité Universitaire Internationale de Paris	47 B Boulevard Jourdan  75014 Paris  (Metro stop: Porte d'Orléans or Cité Universitaire)
Maison de la Tunisie, Cité Universitaire Internationale de Paris	45 A Boulevard Jourdan  75014 Paris  (Metro stop: Porte d'Orléans or Cité Universitaire)

**Attention:** you must produce your student card to access the rooms.

