

MBA Tourisme International Manager de projets touristiques

Spécialisation MEETING & EVENT INDUSTRY
Bac +5



Présentation

Le programme de formation au MBA Tourisme International permet aux diplômés d'accéder à des postes à haut niveau de compétences et de responsabilités dans le domaine du tourisme. La formation a pour ambition de former des spécialistes de l'ingénierie touristique qui sauront élaborer et mener des plans d'actions de développement, exploiter de nouveaux marchés et définir les tendances du tourisme de demain. Ce diplôme dispose d'une envergure internationale en deuxième année. Sa spécialité « Event et meeting industry » met à l'honneur les compétences liées au secteur de l'événementiel et du tourisme d'affaire, deux secteurs en pleine expansion depuis quelques années.



Qualités personnelles requises

- Etre polyglotte
- Excellente présentation et communication
- Capacité d'analyse développée
- Maîtrise des outils statistiques et informatiques
- Autonomie, rigueur et très bon relationnel



Perspectives professionnelles

- Responsable et cadre de produits touristiques
- Chef de projet ou chargé de mission
- Concepteur et responsable de la production
- Promoteur et commercial grands comptes de produits touristiques
- Manager d'activités touristiques
- Management de projets touristiques



Conditions d'admission

Le MBA Tourisme International - Manager de projets touristiques est ouvert aux étudiants titulaires d'un Bac+3 (Tourisme-Sciences humaines-LEA-Communication-Marketing).
L'admission se fait sur étude de dossier, entretien et test d'admission.



Rythme de la formation

La scolarité est dispensée par alternance ou en stage longue durée, de septembre à juin.
M1: 2 semaines en entreprise/ 1 semaine à l'école M2 : 4 mois à l'école et 6 mois en entreprise

BREST
02 98 42 22 20

LORIENT
02 97 83 62 07

MBA Tourisme International

1ère année

Marketing

- Diagnostic marketing
- Mix marketing international
- Marketing des services
- Systèmes de veille

Yield Management

- Optimisation du remplissage et de la tarification d'une structure touristique dans le but de maximiser le chiffre d'affaires
- Mise en place d'une stratégie tarifaire segmentée
- Reporting analytique, journalier, hebdomadaire, mensuel et annuel
- Politique commerciale proactive

Géopolitique / interculturel

- Géopolitique
- Management interculturel
- Stratégie d'entreprise et globalisation
- Patrimoine et tourisme culturel

Analyse et montage de produits touristiques

- Les outils nécessaires à l'analyse d'un produit touristique
- Mise en place d'un diagnostic d'une offre
- Préconisations visant à améliorer ou repositionner un produit touristique

Communication et relations professionnelles

- Média training
- Prise de parole en public
- Animation de réunions

Juridique et financier

- Droits et contrats internationaux
- Finance d'entreprise
- Environnement économique du tourisme à l'international

Management et Ressources Humaines

- Management des hommes
- Gestion des changements organisationnels
- Culture d'entreprise
- Gestion de crise

Langues et culture

- Anglais du tourisme - Anglais des affaires
- Espagnol

Marketing digital

Dossiers professionnels

2ème année

Marketing touristique

- L'industrie du tourisme - environnement et tendances
- Le parcours client - le choix du consommateur touristique
- Marketing expérientiel - concevoir et stimuler l'expérience client
- Marketing relationnel et réseaux sociaux
- Marketing de contenu et médias sociaux
- Stratégies marketing pour concevoir et vendre son offre touristique
- Marketing territorial - promouvoir la destination

Communication

- International advertising
- Communication / promotion / relations publiques
- Communication de marque et stratégie d'image
- Aide à la présentation orale et à la soutenance
- Communication verbale

E-travel management

- Ecosystème digital
- Relation client / aspect communautaire
- E-réputation / veille
- Stratégie social média / pub et bannières
- Rédaction pour le web
- Mesure de la performance
- Search marketing / référencement (naturel & payant)

Analyse et montage de produits touristiques

- Les outils nécessaires à l'analyse d'un produit touristique
- Mise en place d'un diagnostic d'une offre
- Préconisations visant à améliorer ou repositionner un produit touristique

Management / entrepreneuriat

- Management de projets touristiques
- Management événementiel

Finance et gestion

- Gestion prévisionnelle
- Business plan.

Droit

- Droit social
- Droit du web

Langue set culture

- Anglais du tourisme - Anglais des affaires
- TOEIC
- Espagnol

Tourisme et territoire

- Tourisme durable et ethnique

Yield management et ethnique

Memoire et dossiers professionnels

En partenariat avec



ÉCOLE SUPÉRIEURE
DE TOURISME