

Profil d'enseignement



Catégorie économique

**Bachelier en Management du Tourisme et
des Loisirs**

Secteur	Sciences humaines et sociales
Domaine	9 : Sciences économiques et de gestion
Niveau CFC	Bachelier professionnalisant, niveau 6
Implantation	Liège Les Rivageois

Année académique

2019-2020

Présentation de la formation

Le profil professionnel du bachelier en Tourisme

Véritable industrie à part entière, le tourisme représente un secteur important de l'économie mondiale et européenne. Pour la région wallonne, ce domaine d'activités ne représente pas moins de 60.000 emplois directs ou indirects et il devrait continuer à croître dans les années à venir, notamment sous l'effet d'une forte demande nationale et européenne¹.

Le bachelier en management du tourisme occupe un poste à responsabilité dans toute structure touristique ou liée aux activités touristiques et de loisirs. Il exerce une fonction de coordination, de conseil et d'encadrement. Il participe à la création de nouveaux produits ou services et met en œuvre leur commercialisation. Il collabore à l'aménagement de sites et d'infrastructures touristiques.

Ses activités l'amènent à travailler dans toute entreprise, organisation ou service public à l'échelle locale, régionale, nationale ou internationale, aussi bien en Belgique qu'à l'étranger, pour tout type et toute forme de tourisme. Il peut aussi travailler comme indépendant et créer sa propre entreprise.

Ses connaissances d'une part des ressources touristiques, culturelles, naturelles, patrimoniales, ainsi que du contexte économique, juridique et social et d'autre part des acteurs qui les gèrent lui permettent de s'intégrer dans les différentes branches du secteur.

Il établit une fonction de veille et de relais aussi bien des attentes des touristes, des publics ciblés que de l'offre ou encore des évolutions des outils et supports de l'information et de la communication et adapte ses méthodes de travail à ces évolutions.

Il intègre à ses activités le code d'éthique du tourisme, les préoccupations et pratiques du tourisme durable et les prescriptions légales.

Le métier du bachelier en management du tourisme requiert notamment des facultés d'écoute, d'empathie, d'analyse, de négociation et de persuasion, dans un contexte de travail multilingue.

La formation à la Haute Ecole Charlemagne

Reflète d'une société et de ses fonctionnements, le tourisme, tout comme le profil du touriste, évoluent sans cesse. En parallèle à l'évolution de la demande, l'offre s'est accrue et diversifiée. Les développements technologiques apportent de nouveaux modes de communication et induisent un changement dans le comportement et les attentes des consommateurs.

Notre haute école se doit donc de garantir à ses futurs bacheliers en Management du Tourisme une formation de haut niveau, solide, polyvalente et qui se donne les moyens d'offrir les outils nécessaires pour continuer à relever les nouveaux défis du secteur.

Les activités d'apprentissage sont organisées en 3 blocs (« années ») comportant chacun 2 quadrimestres (Q1 et Q2).

¹ Chiffres OMT (Organisation Mondiale du Tourisme), 2012 ; RTBF.be, article rédigé par Eric Destiné et mis en ligne le mercredi 16 avril 2014 (http://www.rtbef.be/info/economie/detail_le-tourisme-un-secteur-cle-pour-l-economie-wallonne?id=8249404); Région Wallonne, <http://www.printempsdutourisme.be/docs/Destination2015.pdf>

Les études s'articulent autour de plusieurs axes majeurs :

- une connaissance approfondie de trois langues, compétence essentielle pour tout qui veut travailler dans le secteur. Pour ce faire, des collaborations (projets et échanges linguistiques) avec d'autres établissements d'enseignement supérieur (tel que la Katholieke Hogeschool VIVES-KHBO Brugge) ou les séjours à l'étranger, dans le cadre du programme européen Erasmus, concourent à cette exigence de multilinguisme et d'ouverture culturelle ;

- une approche économique et juridique qui permet à l'étudiant de s'approprier les bases nécessaires pour comprendre la structure et le fonctionnement des entreprises et du secteur touristique (économie générale et appliquée, droit, organisation des entreprises) et d'acquérir des compétences en matière de gestion (comptabilité, fiscalité, marketing, gestion des ressources humaines...). Ces dernières seront mises en œuvre dans le cadre concret de différents projets, organisations d'événements ou entrepreneuriat par exemple. Des collaborations effectives avec le monde professionnel sont développées tant avec des acteurs privés que des organismes du secteur public et associatif ;

- une connaissance intégrée et contextualisée de la géographie, de la mobilité et des transports, des grands courants artistiques et culturels, des relations entre tourisme et environnement et du développement durable permettent d'appréhender l'offre touristique dans toutes ses dimensions ;

- une compréhension et une maîtrise des évolutions technologiques, notamment à travers le rôle sans cesse croissant des réseaux sociaux, ainsi que l'acquisition d'une approche critique de la veille numérique, fournissent les bases utiles pour concevoir des outils et supports numériques susceptibles de valoriser un produit touristique ou un territoire ;

- une intégration des *soft skills* s'avère également indispensable. A cet égard, la formation veille à développer chez l'étudiant des compétences en matière de communication, d'accueil et d'écoute, teintées de bon sens relationnel, tout en aiguisant son sens de la conciliation et de la négociation.

Cette formation de bachelier en management du tourisme ne peut se révéler efficiente que dans une perspective de pluridisciplinarité entre les différentes activités d'apprentissage.

Dès lors, la complémentarité des cours, la contextualisation des enseignements par rapport aux acquis d'apprentissage attendus, l'encadrement pédagogique des étudiants, notamment à travers des séances de remédiation, la collaboration effective entre les collègues, la participation de ces derniers à des colloques, séminaires, conférences et formations professionnalisantes ainsi que l'intervention de professionnels du secteur touristique dans les activités d'apprentissage sont les gages de la qualité de la formation.

Les compétences du bachelier en Management du Tourisme et des Loisirs

1. S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution

Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise

- 1.1 *Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité*
- 1.2 *Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques*
- 1.3 *Développer une approche responsable critique et réflexive des pratiques professionnelles*
- 1.4 *Développer la polyvalence et proposer des solutions innovantes pour ses projets*
- 1.5 *Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente*

2. Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe

Par sa connaissance et sa pratique des langues et un contexte multiculturel

- 2.1 *Accueillir et informer les clients, les partenaires et les prestataires*
- 2.2 *Défendre des dossiers, des projets, des produits, traiter les objections, conseiller la clientèle, négocier avec les différentes parties prenantes*
- 2.3 *Présenter et promouvoir l'information, les documents, les produits sélectionnés, tant à l'écrit qu'à l'oral, de manière rigoureuse et ciblée avec les moyens adéquats*
- 2.4 *Agir comme interface dans les relations en lien avec le projet dont il a la charge*
- 2.5 *Entretenir des relations durables avec son réseau*
- 2.6 *Pratiquer l'écoute et l'empathie, s'ouvrir aux autres cultures en tenant compte des traditions*

3. Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à son activité

- 3.1 *Utiliser des supports cartographiques et gérer la dimension espace-temps des produits*
- 3.2 *Exploiter les potentialités des logiciels et des outils de recherche d'information et de réservation spécifiques au secteur*
- 3.3 *Concevoir, produire les documents les produits, les projets, les actions de promotion adéquats sur les supports idoines*
- 3.4 *Intégrer les procédures, les documents, les prescriptions légales et les stratégies spécifiques au secteur d'activité*
- 3.5 *Choisir et utiliser les technologies de l'information et de la communication*

4. Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique

- 4.1 *Identifier les attentes, les besoins, apprécier les réactions des clients, des fournisseurs et proposer des solutions.*
- 4.2 *Rechercher, vérifier, comparer, et exploiter les informations nécessaires et pertinentes pour chaque projet ou mission*
- 4.3 *Assurer la gestion commerciale et financière des activités et/ou projets, calculer et optimiser les coûts de revient et les prix de vente*
- 4.4 *Veiller à la qualité et à l'amélioration constante des ressources matérielles et humaines, anticiper et gérer les situations de crise, les plaintes, les litiges*
- 4.5 *Exploiter les indicateurs de tendance du marché du tourisme et des loisirs et participer à leur conception*
- 4.6 *Evaluer les implications des activités en termes d'éthique et de développement durable, proposer des améliorations*

5. S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

- 5.1 Gérer les plannings et assurer le suivi des différents projets, dossiers et actions*
- 5.2 Constituer et rendre opérationnelle la documentation professionnelle, tenir à jour, trier et organiser les sources d'information*
- 5.3 Concevoir, adapter, gérer et suivre la logistique*
- 5.4 Gérer les priorités, anticiper*
- 5.5 Coordonner et animer des équipes*
- 5.6 Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible.*

BACHELIER EN MANAGEMENT DU TOURISME - Bloc 1

UNITÉS D'ENSEIGNEMENT	QUAD.	ECTS	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	H
ÉCONOMIE GÉNÉRALE	Q1	2	ÉCONOMIE GÉNÉRALE	24
ACTEURS ET INSTITUTIONS TOURISTIQUES	Q1	3	POLITIQUE DU TOURISME ET DES LOISIRS	24
			STRUCTURE DE L'ÉTAT ET INSTITUTIONS TOURISTIQUES	12
TOURISME, ENVIRONNEMENT, SOCIÉTÉ	Q1	5	SOCIOLOGIE DU TOURISME ET DES LOISIRS	24
			ANTHROPOLOGIE DU TOURISME	12
			INTRODUCTION AU DÉVELOPPEMENT DURABLE	12
PATRIMOINE, ART ET CULTURE	Q1	2	PATRIMOINE, ART ET CULTURE	30
COMMUNICATION TOURISTIQUE	Q1	5	FRANÇAIS DU TOURISME	24
			TECHNIQUES DE COMMUNICATION	30
GESTION DE L'ACCUEIL	Q1	2	TECHNIQUES DE COMMUNICATION EN ACCUEIL PROFESSIONNEL	12
			GESTION ET ANIMATION DE GROUPES	24
ANGLAIS MODULE 1	Q1	3	ANGLAIS	36
DEUXIÈME LANGUE MODULE 1	Q1	3	AU CHOIX : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	36
TROISIÈME LANGUE MODULE 1	Q1	3	AU CHOIX : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	36
ÉCONOMIE ET STRATÉGIES DES ENTREPRISES TOURISTIQUES	Q2	5	ÉCONOMIE DU TOURISME	24
			MARKETING	36
GÉOGRAPHIE DU TOURISME	Q2	5	APPROCHE GÉOGRAPHIQUE DU PHÉNOMÈNE TOURISTIQUE	36
			DESTINATIONS TOURISTIQUES : L'EUROPE	24
DROIT DES CONTRATS ET DE LA RESPONSABILITÉ CIVILE	Q2	2	DROIT DES CONTRATS ET DE LA RESPONSABILITÉ CIVILE	24
OUTILS INFORMATIQUES DE COMMUNICATION	Q2	2	OUTILS DE TRAITEMENT DE TEXTE	18
			OUTILS DE PRÉSENTATIONS	12
MÉDIATION DU PATRIMOINE	Q2	5	MÉDIATION CULTURELLE	18
			TECHNIQUES D'ANIMATION DU PATRIMOINE	22
			COMMUNICATION EN LANGUE FRANÇAISE	18
ANGLAIS MODULE 2	Q2	3	ANGLAIS	36
DEUXIÈME LANGUE MODULE 2	Q2	3	AU CHOIX : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	36
TROISIÈME LANGUE MODULE 2	Q2	3	AU CHOIX : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	36
PROPÉDEUTIQUE, SÉMINAIRES ET IMMERSION PROFESSIONNELLE	année	2	MÉTHODOLOGIE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR	10
			APPROCHE MULTICULTURELLE DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES	9
			VISITES, CONFÉRENCES, MICRO-STAGES	15

BACHELIER EN MANAGEMENT DU TOURISME – Bloc 2

UNITÉS D'ENSEIGNEMENT	QUAD.	ECTS	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	H
TRAITEMENT DE L'INFORMATION I	Q1	4	ENQUÊTES ET SONDAGES – MODULE I	12
			STATISTIQUE : NOTIONS DE BASE	12
			GESTION NUMÉRIQUE DE DONNÉES – MODULE I	24
MÉDIATION CULTURELLE ET PAYSAGÈRE	Q1	4	LECTURE GÉOGRAPHIQUE DU PAYSAGE	12
			OUTILS CARTOGRAPHIQUES À FINALITÉ TOURISTIQUE	12
			PATRIMOINE RÉGIONAL	18
			PROJET DE MÉDIATION CULTURELLE ET PAYSAGÈRE	12
TOURISME ÉMETTEUR : PRODUCTION ET COMMERCIALISATION	Q1	6	TOUROPERATING ET AGENCES DE VOYAGES	18
			TRANSPORTS	24
			TECHNIQUES DE VENTE	18
			TARIFICATION ET RÉSERVATION DE PRODUITS TOURISTIQUES	18
COMPTABILITÉ	Q1	2	COMPTABILITÉ – MODULE I	30
TRAITEMENT DE L'INFORMATION II	Q2	2	ENQUÊTES ET SONDAGES – MODULE II	15
			GESTION NUMÉRIQUE DE DONNÉES – MODULE II	20
TOURISME ÉMETTEUR : RESSOURCES	Q2	3	DESTINATIONS TOURISTIQUES	25
			PATRIMOINE MONDIAL	15
TOURISME ET DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE	Q2	3	OUTILS ET STRATÉGIES DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL DURABLE	20
			OUTILS DE GESTION ENVIRONNEMENTALE	10
TECHNIQUES DE LA COMMUNICATION DIGITALE	Q2	4	INITIATION AUX TECHNOLOGIES WEB	10
			OUTILS GRAPHIQUES	10
			E-COMMUNICATION	30
			MARKETING DIGITAL	10
COMPTABILITÉ	Q2	2	COMPTABILITÉ – MODULE II	25
DROIT APPLIQUÉ AU SECTEUR TOURISTIQUE	Q2	3	DROIT DU TOURISME	25
			ASSURANCES	15
STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL	Q2	4	STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL	45
FRANÇAIS DU TOURISME	année	2	FRANÇAIS DU TOURISME	22
ANGLAIS	année	5	ANGLAIS	56
DEUXIÈME LANGUE	année	5	AU CHOIX* : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	56
TROISIÈME LANGUE	année	5	AU CHOIX* : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	56
PROJET : RENCONTRES PROFESSIONNELLES ET MICE	année	6	GESTION DE PROJETS ET MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	10
			SÉMINAIRE MICE ET CONFÉRENCES	8
			SÉMINAIRE À L'ÉTRANGER (voyage d'études)	12
			SÉMINAIRE D'ÉVÉNEMENTIEL	12

* Conformément aux choix opérés dans le bloc 1

Corequis : les 2 UE de traitement de l'information

BACHELIER EN MANAGEMENT DU TOURISME – Bloc 3

UNITÉS D'ENSEIGNEMENT	QUAD.	ECTS	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	H
ENTREPRENEURIAT	Q1	3	CRÉATION D'ENTREPRISES – ASPECTS LÉGAUX	13
			BUSINESS PLAN – ASPECTS FINANCIERS	18
			BUSINESS PLAN – ASPECT MARKETING	18
GESTION SOCIALE DES ENTREPRISES	Q1	4	GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	24
			DROIT SOCIAL	24
			PSYCHOLOGIE DES RELATIONS EN MILIEU PROFESSIONNEL	12
OUTILS DE GESTION	Q1	5	FISCALITÉ	24
			GESTION BUDGÉTAIRE ET ANALYSE FINANCIÈRE	30
			MANAGEMENT DE LA QUALITÉ	12
FRANCAIS	Q1	2	FRANÇAIS : CORRESPONDANCE, RAPPORTS ET COMMUNICATION	24
ANGLAIS	Q1	2	ANGLAIS	24
DEUXIÈME LANGUE	Q1	2	AU CHOIX* : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	24
TROISIÈME LANGUE	Q1	2	AU CHOIX* : ALLEMAND/NÉERLANDAIS/ESPAGNOL/ITALIEN	24
TRAVAIL DE FIN D'ÉTUDES	Q2	16	SÉMINAIRE DE RÉDACTION DU TFE	10
			TRAVAIL DE FIN D'ÉTUDES	80
STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL	Q2	12	STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL	240
PRODUCTION DE SERVICES TOURISTIQUES - PROJET	année	5	PROJET	30
MODULE AU CHOIX I	CHOISIR UNE UE PARMIS LES DEUX SUIVANTES			
TOUROPERATING ET AGENCES DE VOYAGES	Q1	4	LOGICIELS SPÉCIFIQUES DES AGENCES DE VOYAGES	24
			DROIT ET ASSURANCES VOYAGE	12
			CONCEPTION DE PRODUITS TOURISTIQUES	12
TOURISME RÉCEPTIF	Q1	4	GESTION DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES : PRINCIPES ET ORGANISATION	24
			MANAGEMENT DES SITES TOURISTIQUES	24
MODULE AU CHOIX II	CHOISIR UNE UE PARMIS LES DEUX SUIVANTES			
TECHNIQUES D'ENCADREMENT DE GROUPES	Q1	3	ANIMATION SOCIOCULTURELLE	24
			INITIATION À LA GESTION DES RISQUES ET ACCIDENTS	12
COMMUNICATION TOURISTIQUE	Q1	3	PRATIQUE DE LA COMMUNICATION DIGITALE	20
			ANTHROPOLOGIE DU TOURISME	16

*Conformément aux choix opérés dans le bloc 1

Prérequis : l'UE "Activités d'intégration professionnelle - stage " du bloc 2 est prérequis à l'UE "stage en milieu professionnel" du bloc 3.