

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE



**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion

MASTER

ACADEMIQUE/PROFESSIONNALISANT

Marketing Hôtelier et Touristique

Responsable de l'équipe de formation

Mr. HADJOU Lamara

I – Fiche d'identité du Master

1 - Localisation de la formation :

Faculté : Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion (FSECG)

Département : Sciences commerciales

2- Partenaires de la formation :

- Autres établissements partenaires :

L'institut national de l'hôtellerie et de tourisme de Tizi-Ouzou 'INHT'.

Ecole nationale supérieure du tourisme d'Alger 'ENST'.

- Entreprises et autres partenaires socio économiques :

La direction du tourisme et de l'environnement,

Les entreprises publique économiques de l'hôtellerie ' Amraoua, Baloua, Lala Khedidja, ..'

Les agences de voyage privées (Touring club, IDHOURAR,) et publiques (ONAT)

- Partenaires internationaux :

* = Présenter les conventions en annexe de la formation

3 – Contexte et objectifs de la formation

A– Conditions d'accès

Licence en sciences commerciales, de gestion et économiques, en fonction des options des licences les plus adaptées de la spécialité de ce Master

B - Objectifs de la formation

Cette spécialité permettra à l'étudiant de maîtriser :

1- En termes de connaissances :

- a. Les fondements théoriques du Marketing hôtelière et de l'économie de tourisme ainsi que son évolution historique.

- b. Le fonctionnement des entreprises touristiques (particulièrement les hôtels, les agences de voyage et les tours operators), la spécificité de leur marketing et leurs rôles dans la chaîne de production touristique.
- c. Les différentes politiques commerciales visant à promouvoir les prestations hôtelières et touristiques.
- d. Les différentes potentialités touristiques de notre pays et la mise en valeur de celles-ci.
- e. Approfondissement des connaissances acquises en licence-filière « management hôtelier et du tourisme » par des applications au domaine de l'entreprise ou autre organisation.

2- En termes de savoir faire :

- a. La maîtrise des outils d'analyse du marketing hôtelier et du tourisme à savoir : le marketing des services, marketing stratégique et gestion des ressources humaines.
- b. La maîtrise des instruments et des techniques de gestion hôtelière et de tourisme.
- c. Les différentes opérations liées à la logistique d'une prestation hôtelière ou de tourisme (hébergement, restauration, animation, ...) et des régimes tarifaires associés.

De par les caractéristiques environnementales propres à la région, nous ferons en sorte de faire développer chez nos étudiants lesdites connaissances à travers le cas d'entreprises locales ou d'organismes-organisations publics locaux ou régionaux.

C – Profils et compétences métiers visés

La formation s'adresse à tous les étudiants désireux de suivre une formation de licence en marketing hôtelier et du tourisme. Tout étudiant ayant obtenu une licence dans le domaine des sciences économiques, commerciales et de gestion est en mesure de suivre les enseignements dispensés en la spécialité.

Portant connaissances mentionnées ci-dessus et potentiellement acquises, le candidat ayant suivi le cursus de «marketing hôtelier et touristique » est censé répondre à de multiples profils pouvant répondre aux besoins en postes exprimés par le terreau industriel environnant. L'étudiant ayant abouti dans son cursus est à même de postuler dans les domaines suivants :

- Encadrement opérationnel d'équipes de travail qu'il accompagnera dans leur progression ;
- Mise en place de process groupe et reporting des résultats et moyens alloués pour l'atteinte d'objectifs préalablement fixés ;
- Aide à la prise de décision quant aux problématiques de localisation, développement et croissance.
- Valorisation du potentiel touristique des collectivités locales de la région et du territoire national

Les compétences acquises peuvent tout aussi ouvrir le droit à postuler académiquement à des études approfondies en doctorat ou pouvoir en aptitudes et capacités de contribution à la performance de l'entreprise ou organisation contractante.

D- Potentialités régionales et nationales d'employabilité des diplômés

L'employabilité découlant de cette formation est d'autant plus vaste que l'étudiant va avoir plusieurs cordes à son arc dans le sens où les unités de valeur acquises vont relever à la fois des champs quantitatifs et qualitatifs (SIG, marketing hôtelier, gestion financière) et plus élargis au marketing et management (management stratégique, gestion des ressources humaines, techniques d'accueil...).

Cette variété de connaissances acquises va naturellement contribuer à une meilleure employabilité de l'étudiant et sa capacité à assumer une certaine polyvalence.

Le potentiel d'employabilité est important d'autant plus que tout reste à faire pour développer le tourisme en Algérie

E – Passerelles vers d'autres spécialités

Comme passerelles fondamentales vers d'autres spécialités, nous citerons les transitions possibles suivantes :

- Passerelles possibles vers la commercialisation des services
- Passerelles possibles vers management et marketing des entreprises
- Passerelles possibles vers l'aménagement du territoire
- Passerelles possibles vers marchés et entreprise

À l'issue de la formation, les étudiants pourront également poursuivre une formation en doctorat dans différentes spécialités des sciences commerciales, de gestion et économiques.

F – Indicateurs de suivi de la formation

Certains aspects de la formation dispensée correspondent à des profils de postes de travail et métiers liées à l'économie touristique : manager des hôtels, organiser des circuits, billetterie, etc.

Quant aux taux de réussite et autres suivi des diplômés, nous ne pouvons nous avancer tant que la population estudiantine concernée demeure pour l'instant variable que l'on ne maîtrise point au sens qualitatif et quantitatif. De surcroit, le suivi des diplômés ne relève de notre ressort, pour ce nous ne pouvons nous prononcer sans l'avis des autres parties prenantes.

G – Capacité d'encadrement

Le master sera ouvert dans la mesure du possible à une soixantaine d'étudiants. Le chef de spécialité en concertation avec l'administration définira les critères d'admission et fixera le nombre exact d'étudiant pouvant être accueillis dans la spécialité.

II – Fiche d'organisation semestrielle des enseignements

1- Semestre 1 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15sem	C	TD	TP	Travail personnel			Continu	Examen
UE fondamentales									
Introduction aux services	135	3h00	1h30	/	4h30	2	7	x	x
Comportement du client touristique	120	1h30	1h30	/	5h00	2	6	x	x
Marketing stratégique des services	105	1h30	1h30	/	4h00	2	5	x	x
UE méthodologie									
Tourisme et territoire	105	1.5	1.5	/	4	2	5	x	x
Gestion de projets touristiques	90	1.5	1.5	/	3	1	4	x	x
UE découverte									
Législation fondamentale du tourisme	22.5	1.5	/	/	/	1	2	x	x
UE transversales									
Langue étrangère	22.5	/	1.5	/	/	1	1	x	x
Total Semestre 1	605	09	09	/	19	11	30		

2- Semestre 2 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15sem	C	TD	TP	Travail personnel			Continu	Examen
UE fondamentales									
Marketing touristique	135	3h00	1h30	/	4h30	2	7	x	x
Marketing hôtelier	120	1h30	1h30	/	5h00	2	6	x	x
Management de la relation client	105	1h30	1h30	/	4h00	2	5	x	x
UE méthodologie									
Environnement et tourisme	105	1.5	1.5	/	4	2	5	x	x
Management des organisations touristiques	90	1.5	1.5	/	3	1	4	x	x
UE découverte									
Communication et rédaction administrative	22.5	1.5	/	/	/	1	2	x	x
UE transversales									
Tourisme de montagne	22.5	/	/	1.5	/	1	1	x	x
Total Semestre 1	605	09	07,5	1.5	19	11	30		

3- Semestre 3 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15sem	C	TD	TP	Travail personnel			Continu	Examen
UE fondamentales									
Marketing électronique hôtelier et touristique	135	3h00	1h30	/	4h30	2	7	x	x
Géographie du tourisme	120	1h30	1h30	/	5h00	2	6	x	x
Management des ressources humaines	105	1h30	1h30	/	4h00	2	5	x	x
UE méthodologie									
Etude de cas marketing touristique	105	1.5	1.5	/	4	2	5	x	x
Gestion financière des organisations touristiques	90	1.5	1.5	/	3	1	4	x	x
UE découverte									
Entreprenariat	22.5	1.5	/	/	/	1	2	x	x
UE transversales									
Méthodologie de rédaction de rapport	22.5	/	1.5	/	/	1	1	x	x
Total Semestre 1	605	09	09	/	19	11	30		

4- Semestre 4 :

Domaine : Sciences économiques, commerciales et de gestion

Filière : Sciences commerciales

Spécialité : Marketing hôtelier et touristique

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	VHS	Coeff	Crédits
Stage en entreprise/Mémoire	600H	4	30
Total Semestre 4	600H	4	30

III - Programme détaillé par matière

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : introduction aux services

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Nature des services**
- **Définitions**
- **Place des services dans l'économie**
- **Les services dans l'économie des pays**
- **Spécificités et caractéristiques**
- **Typologie des services**
- **Environnement des services**
- **Marketing des services**
- **Fondements des services**
- **Innovation dans les services**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Comportement du client touristique

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Définition du consommateur touristique et ses caractéristiques**
- **Comportement du touriste**
- **Approches théoriques du comportement touristique**
- **Facteurs influant le comportement du tourisme**
- **Modèles de comportement du client touristique**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Marketing stratégique des services

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Nature et définition du marketing stratégique**
- **Importance du marketing stratégique**
- **Place du marketing stratégique dans les entreprises de service**
- **Modalité d'élaboration du plan de marketing stratégique**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité méthodologique

Intitulé de la matière : tourisme et territoire

Crédits : 5

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Territoire : définition et approches théoriques**
- **Le tourisme comme ressource territoriale**
- **Management du tourisme au sein des collectivités locales**
- **Diagnostic touristique d'un territoire**
- **Projet touristique local**
- **Tourisme, emploi et territoire**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité méthodologique

Intitulé de la matière : Gestion de projets touristique

Crédits : 4

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Introduction aux patrimoines**
- **Yield management et distribution**
- **Etude de faisabilité et business plan**
- **Relation client et marketing digital**
- **Montage opérationnel de projet touristique**
- **Evaluation, crise, développement**
- **Etude de cas**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité découverte

Intitulé de la matière : législation fondamentale du tourisme

Crédits : 2

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- Lois
- Décrets
- Arrêtés
- Circulaires

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 1

Intitulé de l'UE : unité transversale

Intitulé de la matière : Langue étrangère

Crédits : 1

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- Vocabulaire touristique
- Lecture et élaboration de brochures touristique en anglais
- Organisation des agences touristiques en anglais
- Tour operator et différents acteurs touristiques en anglais
- Textes extraits de projet touristique à analyser en anglais

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Marketing touristique

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Nature et définition du tourisme**
- **Les organisations touristiques**
- **Spécificités des services touristiques**
- **Qu'est ce que le marketing touristique**
- **Caractéristique, contenu de l'offre et mix marketing touristique**
- **Recherche en marketing touristique**
- **Marketing touristique via le web**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Marketing hôtelier

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Nature et typologie des organisations hôtelières**
- **Différentes offres hôtelières et leurs importances**
- **Qu'est ce que le marketing hôtelier**
- **Fondement du marketing hôtelier**
- **Comportement des usagers hôteliers**
- **Fondement de la qualité des services hôteliers**
- **Spécificités des services hôteliers**
- **Marché mondial de l'hôtellerie**
- **Environnement hôtelier**
- **Etude du marché des hôteliers**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Management de la relation client

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Evolution de la nature du management de la relation client**
- **Importance du management de la relation client**
- **Etapes et stratégies de mise en œuvre du management de la relation client**
- **Indicateurs de mesure et d'évaluation du management de la relation client**
- **Analyse de la rentabilité client**
- **Impact du management de la relation client sur la qualité des services hôteliers**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité méthodologique

Intitulé de la matière : Environnement et tourisme

Crédits : 5

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Les métiers de la communication**
- **Stratégie et pilotage des actions de communication**
- **Communication événementielle et relation de presse**
- **Communication interne**
- **Techniques de rédaction pour la communication**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité méthodologique

Intitulé de la matière : Management des organisations touristiques

Crédits : 4

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **L'organisation touristique, une structure en situation d'agir**
- **L'organisation touristique et le management de l'information**
- **L'organisation touristique, une structure en action, une structure vivante**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité de découverte

Intitulé de la matière : Communication et rédaction administrative

Crédits : 2

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Les espaces montagneux dans le monde**
- **La montagne en Algérie**
- **Panorama sur le tourisme mondial de montagne**
- **Spécificités du tourisme et des loisirs de montagne**
- **Projets touristiques en zones de montagne**
- **Tourisme d'hiver et d'été en montagne**
- **Différentes activités touristiques en montagne**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 2

Semestre : 2

Intitulé de l'UE : unité transversale

Intitulé de la matière : Tourisme de montagne

Crédits : 2

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Les espaces montagneux dans le monde**
- **La montagne en Algérie**
- **Panorama sur le tourisme mondial de montagne**
- **Spécificités du tourisme et des loisirs de montagne**
- **Projets touristiques en zones de montagne**
- **Tourisme d'hiver et d'été en montagne**
- **Différentes activités touristiques en montagne**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Marketing électronique hôtelier et touristique

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Introduction aux technologies de l'information et de la communication**
- **Marketing électronique**
- **Etude du comportement de l'utilisateur des outils informatiques**
- **Mix marketing électronique du tourisme**
- **Mix marketing électronique de l'hôtellerie**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Géographie du tourisme

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Evolution de la géographie du tourisme mondial**
- **Outils de recherche en géographie du tourisme**
- **Caractéristiques naturelles et humaines et tourisme**
- **Répartition géographique et temporelle des activités touristiques**
- **Effets du tourisme sur l'environnement naturel et humain**
- **Organisations et institutions touristiques mondiales**
- **Acteurs touristiques**
- **Tourisme en Algérie**
- **Différents types de tourisme en Algérie**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité fondamentale

Intitulé de la matière : Management des ressources humaines

Crédits : 6

Coefficients : 2

Contenu de la matière :

- **Analyse des ressources humaines au sein des organisations touristiques**
- **Les ressources humaines dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie**
- **Contenu, méthode d'analyse et enjeux de la gestion prévisionnelle des emplois dans l'organisation touristique**
- **Formation du personnel et développement des compétences**
- **Mobilité professionnelle**
- **Recrutement et saisonnalité de l'activité touristique**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité méthodologique

Intitulé de la matière : Etude de cas marketing touristique

Crédits : 5

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Choix d'une organisation touristique ou d'un territoire touristique**
- **Etude de la politique de produit**
- **Etude de la politique de prix**
- **Etude de la politique de distribution**
- **Etude de la politique de communication**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité méthodologique

Intitulé de la matière : Gestion financière des organisations touristiques

Crédits : 4

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **La gestion comptable et financière des organisations touristiques**
- **Objectifs**
- **Les principes comptables**
- **Les flux**
- **Processus du traitement comptable**
- **Le compte, le plan de compte, le bilan, le compte de résultat et l'organisations comptable**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité de découverte

Intitulé de la matière : Entrepreneuriat

Crédits : 2

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **L'entreprise, définition, finalité et classification**
- **L'entreprise et son environnement**
- **L'entrepreneur**
- **Le plan d'affaire**
- **L'étude technico-économique**
- **L'étude financière**
- **L'étude juridique**

Intitulé du Master : Marketing hôtelier et touristique

Semestre : 3

Intitulé de l'UE : unité transversale

Intitulé de la matière : Méthodologie de rédaction de rapport

Crédits : 1

Coefficients : 1

Contenu de la matière :

- **Le choix du sujet et du directeur**
- **La construction des hypothèses et de la problématique de recherche**
- **Le cadre conceptuel**
- **Les outils de recherche**
- **L'analyse des résultats**
- **Les références bibliographiques**
- **Les annexes et la table des matières**
- **La soutenance**