



Management du Tourisme, du Sport et des Loisirs

»»» Objectif du programme

Ce 3^{ème} cycle a pour objectif de former des professionnels capables :

- ▶ de développer des entreprises de services dans les secteurs du tourisme, du sport et des loisirs,
- ▶ de concevoir des produits et des offres rentables,
- ▶ d'élaborer et mettre en œuvre des programmes marketing adaptés,
- ▶ de négocier et animer des équipes commerciales,
- ▶ de manager des équipes multiculturelles.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent leur savoir et savoir-faire à travers un programme qui répond aux besoins de l'entreprise.

Ce programme s'adresse aux jeunes diplômés qui souhaitent devenir des managers de haut niveau dans les entreprises de management du tourisme du sport et des activités de loisirs.



Programme des cours

MANAGEMENT GÉNÉRAL

- **Fonctionnement de l'entreprise**
 - Notions juridiques, fiscales et sociales ;
 - Systèmes d'organisation ;
 - Environnement et positionnement.
- **Management de projet**
 - Cahier des charges ;
 - Méthodes PERT et GANT ;
 - Analyse des comportements ;
 - Techniques de mise en œuvre.
- **Business Plan**
 - Evaluation d'une activité économique ;
 - Le compte de résultats, budget et trésorerie.
- **Management au quotidien**
 - Mission et rôle du manager ;
 - Leader et leadership ;
 - La décision ;
 - Motivation et évaluation.
- **Stratégie d'entreprise**
 - Diagnostic interne et externe ;
 - Analyse stratégique ;
 - Stratégies de croissance ;
 - Planification.
- **Management de la qualité**
 - Impératifs de qualité ;
 - La qualité totale ;
 - La démarche qualité ;
 - Démarche de certification.
- **Gouvernance d'entreprise**
 - Les structures de firme ;
 - Responsabilité et pouvoir du dirigeant ;
 - La théorie de l'agence ;
 - La rémunération du dirigeant.

MARKETING GENERAL

- Approche marketing
- Comportement consommateur
- Politique produit prix
- Règles de la communication
- Etudes de marché
- Plan marketing

ENVIRONNEMENT ET MARCHÉ

- **Sociologie et économie des loisirs**
 - Chiffres clés ;
 - Gestion du temps ; organisation ; budgets ;
 - Valeurs ;
 - Dynamique sociale ;
 - Tendances.
- **Sport et sociétés**
 - Univers du sport ;
 - Valeurs, fédérations et clubs ;
 - Compétitions et manifestations sportives ;
 - Métiers du sport.
- **Développement durable**
 - Histoire ;
 - Concepts et enjeux ;
 - Management éthique ;
 - Textes ;
 - Intégration dans une approche managériale.
- **Valorisation du patrimoine**
 - Organisations territoriales ;
 - Stratégies de développement ;
 - Programmes régionaux.

STRATEGIES ET MARKETING

- **Stratégies de communication**
 - Outils média et hors média ;
 - Démarche et budgets ;
 - Etudes, nouveaux outils.
- **Programmes promotionnels**
 - Objectifs et enjeux ;
 - Conquête et fidélisation ;
 - Mécaniques promotionnelles.
- **Gestion de l'évènement**
 - Organisation ;
 - Facteurs primaires ;
 - Mesure d'impact ;
 - Bénéfices image et produits.
- **Sponsoring et partenariats**
 - Stratégies ;
 - Prospection ;
 - Principes d'efficacité ;
 - Organisation ;
 - Exploitation et mesures.
- **Conception de produits touristiques**
 - Identification des attentes ;
 - Produits réceptifs ;
 - Cycle de vie ;
 - Rentabilité.
- **Management des voyages**
 - Voyages et gestion clients ;
 - Modes de transports et responsabilités ;
 - Optimisation des achats.

ENTREPRISES ET STRUCTURES

- **Marché hôtelier**
 - Chiffres clés ;
 - Modes d'hébergement ;
 - Organisation ;
 - Réglementation.
- **Gestion hôtelière**
 - Service clients ;
 - Gestion RH ;
 - Equipements ;
 - Normes et standards.
- **Parcs et centres de loisirs**
 - Typologie ;
 - Infrastructures ;
 - Thèmes et animations ;
 - Evolutions et tendances.
- **Equipementiers sportifs**
 - Principales marques ;
 - Innovation et offre ;
 - Sponsoring des athlètes ;
 - E-gandes manifestations.
- **Sport et grandes enseignes de distribution**
 - Enseignes européennes ;
 - Stratégies ;
 - Relation enseigne-marques ;
 - Merchandising.

OUTILS DE GESTION

- **E business**
 - Stratégies internet ;
 - Design et ergonomie ;
 - Référencements ;
 - E-communication.
- **Droit des marques**
 - Concept de marque ;
 - Droit à l'image ;
 - Protection ;
 - Droits dérivés.
- **Pilotage financier**
 - Prévision budgétaire ;
 - Analyse de compte de résultat et de bilan ;
 - Reporting.

Finalité professionnelle

Maîtriser les outils stratégiques et opérationnels de développement des entreprises de gestion des loisirs, des activités touristiques et sportives.

Étudiants concernés

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs, de commerce, de management et d'universités.

Métiers visés

- ➔ Chef de produits, chef de projet,
- ➔ Consultant en sponsoring et partenariat,
- ➔ Responsable marketing et commercial,
- ➔ Dirigeants d'unités touristiques et sportives,
- ➔ Chargé de développement.

Conseil d'orientation

Benoît PASCAUD

Responsable du 3^{ème} Cycle
- MBA Hec, Sciences Po Paris, Licence de droit.
- Ancien directeur marketing Europe.
- Gérant de société.

Bernard NINAUVE

- Licence es sciences économiques.
- Ancien Directeur du Marketing et des Achats.
- Expertise en grande distribution et en équipements sportifs.

Catherine AVIGNON

- Master de tourisme, Paris 1.
- Licence d'Anglais.
- Expertise en tourisme dans les domaines de la communication et des études.
- Directrice d'une société de conseil et de communication.

Thierry MEREL

- Master en marketing et conduite de projet, école hôtelière.
- Expertise en direction de programme touristique et en gestion hôtelière.
- Consultant en marketing touristique.