

Mastère Avancé

Direction Générale du Tourisme

M A D G T



Mastère Avancé Direction Générale du Tourisme

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-direction-generale-tourisme

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 22

06

Structure et contenu

page 30

07

Méthodologie

page 46

08

Profil de nos étudiants

page 54

09

Direction de la formation

page 58

10

Impact sur votre carrière

page 62

11

Bénéfices pour votre entreprise

page 66

12

Diplôme

page 70

01

Accueil

Les clients sont de plus en plus exigeants lorsqu'ils choisissent les établissements où ils passent leurs séjours, que ce soit pour affaires ou en vacances. Ils recherchent des lieux où ils pourront vivre une expérience inoubliable et où ils pourront ajouter de la qualité à leur visite. Il est donc nécessaire de disposer de professionnels hautement qualifiés qui comprennent la gestion hôtelière d'un point de vue global et stratégique, et qui sont capables de s'adapter aux changements rapides du secteur afin d'offrir la meilleure qualité à leurs clients.



Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme
TECH Université Technologique



“

*Spécialisation en Direction
Générale du Tourisme et offrez à
vos clients une expérience unique”*

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"*Microsoft Europe Success Story*" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership de l'étudiant, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans votre développement professionnel. Après le programme, l'étudiant sera capable de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale.



“

*Votre formation avancée sera
indispensable pour parvenir à une gestion
adéquate de l'hôtellerie et du tourisme"*

Nous partageons les mêmes objectifs.

Nous travaillons main dans la mains pour vous aider à les atteindre.

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme vous permettra de:

01

Définir les dernières tendances en matière de gestion des entreprises, en tenant compte de l'environnement mondialisé qui régit les critères des cadres supérieurs

04

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable

02

Développer les compétences clés de leadership qui devraient définir les professionnels en activité

03

Suivez les critères de durabilité fixés par les normes internationales lors de l'élaboration d'un plan d'affaires

05

Créer des stratégies d'entreprise qui établissent le scénario que l'entreprise doit suivre pour devenir plus compétitive et atteindre ses propres objectifs



06

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité de l'entreprise

08

Acquérir les compétences en communication nécessaires à un chef d'entreprise pour faire entendre et comprendre son message aux membres de sa communauté

09

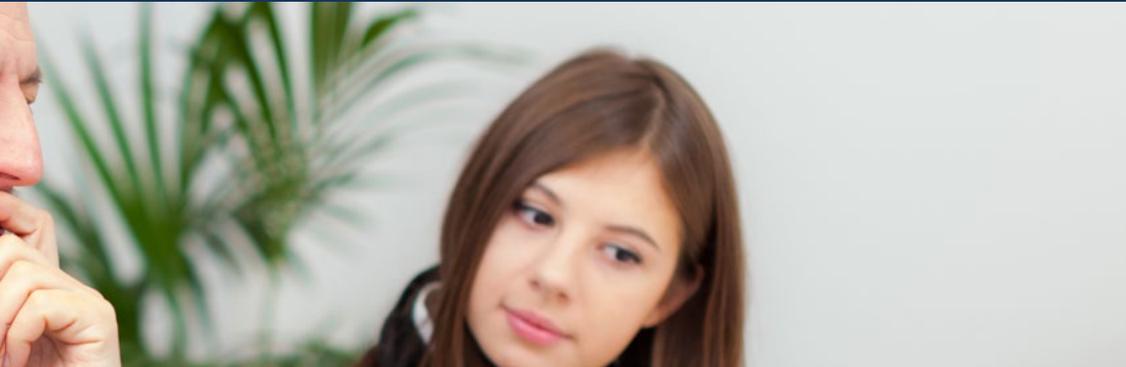
Comprendre l'environnement économique dans lequel l'entreprise évolue et développer des stratégies appropriées pour anticiper les changements

07

Comprendre la meilleure façon de gérer les ressources humaines de l'entreprise, en obtenant une meilleure performance de celles-ci en faveur des bénéficiaires de l'entreprise

10

Comprendre les opérations logistiques qui sont nécessaires dans l'environnement de l'entreprise afin d'en développer une gestion adéquate



11

Être capable d'appliquer les technologies de l'information et de la communication aux différents domaines de l'entreprise

14

Comprendre les concepts de base du tourisme en relation avec l'histoire, l'économie, la culture, la société et la durabilité

12

Réaliser la stratégie de marketing qui nous permet de faire connaître notre produit à nos clients potentiels et de générer une image adéquate de notre entreprise

13

Être capable de développer toutes les phases d'une idée d'entreprise: conception, plan de faisabilité, exécution, suivi, etc.

15

Connaître l'évolution du tourisme dans les différents scénarios où il se déroule et dans le contexte actuel



16

Étudier la structure des marchés du tourisme et leurs conséquences sociales, économiques et environnementales

18

Comprendre la dynamique évolutive des processus d'intermédiation touristique en relation avec les nouvelles technologies

19

Étudier le processus d'intermédiation touristique basé sur le commerce électronique et les processus d'intégration et de concentration des entreprises dans les ventes et le marketing actuels du tourisme

17

Connaître les canaux de distribution du tourisme, les intermédiaires et les agents qui composent la distribution du tourisme

20

Analyser les impacts du point de vue des fournisseurs et des clients dans l'utilisation de l'Internet comme intermédiaire touristique



21

Donner à l'étudiant une vision pratique des différents domaines de gestion d'une entreprise d'hôtellerie et de restauration

24

Comprendre les éléments qui font partie des opérations et des processus de production dans le secteur du tourisme et le fonctionnement des systèmes de production dans différentes entreprises touristiques

22

Apprendre à connaître les techniques de gestion des entreprises d'hôtellerie et de restauration

25

Comprendre les processus et les procédures nécessaires pour gérer le fonctionnement de l'offre touristique complémentaire

23

Acquérir les aptitudes et les compétences nécessaires pour assumer des responsabilités, à partir de postes d'encadrement, liées à la gestion et à l'organisation des entreprises d'hôtellerie et de restauration

26

Connaissance approfondie des processus de production, notamment de l'utilisation touristique des navires de croisière, des aéroports et *Resorts* sportives, en approfondissant leurs procédures de fonctionnement et la gestion des opérations

27

Comprendre la nature dynamique et évolutive du tourisme et sa relation avec la création de nouveaux produits touristiques en fonction de la demande actuelle et des nouvelles tendances

30

Connaître les fonctions du responsable de l'organisation des événements, ses fonctions et les implications de l'organisation et de la production des événements

28

Connaître les sources d'information officielle que l'administration publique met à disposition pour la consultation des normes et des résolutions en matière de tourisme

31

Connaître la législation actuelle sur le protocole, son interprétation et son application dans l'organisation d'événements

29

Acquérir les compétences nécessaires pour savoir faire preuve de discernement critique sur les questions juridiques face aux diverses situations qui se présentent dans la gestion du tourisme

32

Comprendre les phases de création et de fonctionnement des petites et moyennes entreprises, avec une application spécifique au secteur du tourisme

05

Compétences

Après avoir passé les évaluations du Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, fondée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante.



“

Apprenez à gérer efficacement le capital humain de votre entreprise et à réaliser de plus grands profits pour votre entreprise”

01

Réaliser une gestion globale de l'entreprise, en appliquant des techniques de leadership qui influencent le rendement des travailleurs, de manière à ce que les objectifs de l'entreprise soient atteints

04

Effectuer une gestion correcte de l'équipe pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise

02

Participer à la stratégie d'entreprise et à la stratégie concurrentielle de l'entreprise et les diriger

05

Effectuer le contrôle économique et financier de l'entreprise

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

06

Contrôler les processus de logistique, d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise

07

Étudier en profondeur les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

Diriger les différents projets de l'entreprise

08

Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise

11

Engagement en faveur du développement durable de l'entreprise, en évitant les impacts environnementaux

09

Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise

12

Prendre des décisions sur les produits, la distribution, la communication et l'internationalisation

13

Effectuer une analyse SWOT adéquate

14

Appliquer l'approche actuelle de la gestion stratégique aux entreprises touristiques afin de formuler et de mettre en œuvre les stratégies les plus appropriées pour chaque type d'entreprise touristique

15

Définir les objectifs stratégiques de l'organisation d'un événement en fonction des besoins internes, des demandes externes, de la nature de l'institution et de sa situation en concevant des stratégies de planification d'événements





16

Utiliser le marketing ou l'orientation vers le consommateur dans le processus décisionnel de l'entreprise touristique

17

Organiser et savoir utiliser des informations provenant de différents contextes pour évaluer les effets de l'environnement juridique sur la gestion du tourisme

18

Analyser et étudier les procédures nécessaires à la création de paquets touristiques dans les entreprises touristiques de l'offre complémentaire et sa commercialisation comme stratégie dans la désaisonnalisation touristique

19

Élaborer des stratégies et des politiques à partir de la fonction de gestion en tenant compte des connaissances approfondies de chacun des départements qui composent la gestion des hôtels et des restaurants

20

Explorer les différents sous-secteurs du tourisme et leur fonctionnement dans les destinations touristiques du monde entier

21

Analyser les modèles d'innovation et la normalisation autour des processus créatifs de l'innovation





22

Gérer les étapes de l'élaboration d'un manuel interne d'organisation d'événements et de protocole, et son application à la réalité des organisations

23

Analyser les normes internationales du tourisme

24

Gérer de manière appropriée un établissement hôtelier ou une entreprise de restauration

06

Structure et contenu

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme est un programme sur mesure qui est enseigné dans un format 100% en ligne afin que les étudiants puissent choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à leur disponibilité, leurs horaires et leurs intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 24 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de la réussite en tant que directeur d'hôtel et de tourisme.



“

Grâce à notre programme, vous pourrez effectuer un apprentissage complet dans ce domaine très demandé de nos jours”

Programme d'études

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme de TECH Université Technologique est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux défis et aux décisions d'affaires tant au niveau national qu'international. Son contenu est conçu dans le but de favoriser le développement de compétences managériales permettant une prise de décision plus pertinente dans des environnements incertains.

Au cours des 3.000 heures d'étude, une multitude d'études de cas seront analysées par le biais d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations réelles d'entreprise.

Ce Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme aborde en profondeur les principaux domaines de l'entreprise. Il est conçu pour que les cadres comprennent la gestion de l'hôtellerie et du tourisme dans une perspective stratégique, internationale et innovante.

Un plan conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les prépare à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des affaires. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 24 mois et est divisé en 18 modules:

- Module 1.** Leadership, éthique et RSE
- Module 2.** Orientation stratégique et *management* directive
- Module 3.** Gestion des personnes et des talents
- Module 4.** Gestion économique et financière
- Module 5.** Gestion des opérations et de la logistique
- Module 6.** Gestions des systèmes d'information
- Module 7.** Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise
- Module 8.** Innovation et gestion de projet
- Module 9.** Structure des marchés du tourisme

| | |
|-------------------|---|
| Module 10. | Canaux de distribution du tourisme |
| Module 11. | Gestion des hôtels et des restaurants |
| Module 12. | Gestion de la qualité et innovation dans le tourisme |
| Module 13. | Gestion des opérations touristiques |
| Module 14. | Organisation de congrès, d'événements et de protocoles |
| Module 15. | Introduction à l'organisation et à la gestion des entreprises |
| Module 16. | Gestion commerciale et marketing |
| Module 17. | Principes de base de la comptabilité |

Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce programme entièrement en ligne. Pendant les 24 mois de formation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'autogérer leur temps d'étude.

*Une expérience éducative unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel.*

Module 1. Leadership, éthique et RSE

1.1. Mondialisation et gouvernance

- 1.1.1. Mondialisation et tendances: internationalisation des marchés
- 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance des Entreprises
- 1.1.3. *Accountability* ou Responsabilité

1.2. Leadership

- 1.2.1. Environnement interculturel
- 1.2.2. Leadership et Gestion
- 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction

1.3. Éthique des affaires

- 1.3.1. Éthique et intégrité
- 1.3.2. Le comportement éthique dans les affaires
- 1.3.3. Éthique, codes d'éthique et codes de conduite
- 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption

1.4. Durabilité

- 1.4.1. Entreprise et Développement Durable
- 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
- 1.4.3. Agenda 2030 et ODD

1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

- 1.5.1. Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.5.2. Rôles et responsabilités
- 1.5.3. Mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises

Module 2. Direction stratégique et *management* exécutif

2.1. Analyse et conception organisationnelles

- 2.1.1. Culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse organisationnelle
- 2.1.3. Design de la structure organisationnelle

2.2. *Stratégie d'entreprise*

- 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
- 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
- 2.2.3. Détermination de la stratégie d'entreprise
- 2.2.4. Stratégie d'entreprise et image de marque

2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Réflexion stratégique
- 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
- 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise

2.4. Modèles et motifs stratégiques

- 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements
- 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologies
- 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise

2.5. Gestion stratégique

- 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Tableau de bord
- 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
- 2.5.4. Gestion et rapports stratégiques ou *reporting*

2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

- 2.6.1. Mise en œuvre stratégique: objectifs, actions et impacts
- 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
- 2.6.3. Approche d'amélioration continue

2.7. *Management* exécutif

- 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies globales des affaires
- 2.7.2. Politique de gestion et processus
- 2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Analyses et résolution de problèmes

- 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 2.8.2. Méthode des Cas
- 2.8.3. Positionnement et prise de décision

Module 3. Gestion des personnes et des talents

| | | | |
|--|---|--|--|
| 3.1. Comportement organisationnel 3.1.1. Théorie des organisations 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances | 3.2. La direction stratégique des personnes 3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs 3.2.4. Formation et développement professionnel | 3.3. Développement de direction et leadership 3.3.1. Compétences en matière de gestion: Les aptitudes et compétences du 21 ^e siècle 3.3.2. Aptitudes non-directives 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines | 3.4. Gestion du changement 3.4.1. Analyse des performances 3.4.2. Plan stratégique 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés. Conception et gestion du processus 3.4.4. Approche d'amélioration continue |
| 3.5. Négociation et gestion des conflits 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs 3.5.2. Techniques de négociation efficaces 3.5.3. Conflits: facteurs et typologies 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication | 3.6. La communication managériale 3.6.1. Analyse des performances 3.6.2. Conduire le changement Résistance au changement 3.6.3. Gestion des processus de changement 3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles | 3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes 3.7.3. Coaching et gestion de personnes 3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps | 3.8. Gestion des connaissances et du talent 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise 3.8.3. Créativité et innovation |

Module 4. Gestion économique et financière

| | | | |
|--|--|---|---|
| 4.1. Environnement Économique 4.1.1. Théorie des organisations 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances | 4.2. Comptabilité de gestion 4.2.1. Cadre comptable international 4.2.2. Introduction au cycle comptable 4.2.3. États comptables des entreprises 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions | 4.3. Budget et Contrôle de Gestion 4.3.1. Planification budgétaire 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs 4.3.3. Supervision et <i>reporting</i> | 4.4. Responsabilité fiscale des entreprises 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays |
| 4.5. Systèmes de contrôle des entreprises 4.5.1. Typologie du Contrôle 4.5.2. Conformité Réglementaire/ <i>Compliance</i> 4.5.3. Audit interne 4.5.4. Audit externe | 4.6. Gestion financière 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise 4.6.3. Directeur financier ou <i>Chief Financial Officer (CFO): compétences en gestion</i> | 4.7. Planification financière 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement 4.7.2. Outils d'analyse financière 4.7.3. Planification Financière à court terme 4.7.4. Planification Financière à long terme | 4.8. Stratégie financière de l'entreprise 4.8.1. Investissements Financiers des entreprises 4.8.2. Croissance stratégique: typologies |
| 4.9. Contexte Macroéconomique 4.9.1. Analyse Macroéconomique 4.9.2. Indicateurs à court terme 4.9.3. Cycle économique | 4.10. Financement Stratégique 4.10.1. Affaire Bancaire: Environnement actuel 4.10.2. Analyse et gestion des risques | 4.11. Marchés monétaires et des capitaux 4.11.1. Marché des titres à revenu fixe 4.11.2. Marché des actions 4.11.3. Évaluation l'entreprise | 4.12. Analyses et résolution de problèmes 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes 4.12.2. Méthode des Cas |

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

| | | | |
|--|--|---|--|
| 5.1. Direction des opérations 5.1.1. Définir la stratégie des opérations 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement 5.1.3. Systèmes d'indicateurs | 5.2. Direction des achats 5.2.1. Gestion des <i>Stocks</i> 5.2.2. Gestion des entrepôts 5.2.3. Gestion des achats et de l'approvisionnement | 5.3. Supply chain management (1) 5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne des opérations 5.3.2. Évolution de la demande 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation | 5.4. Supply chain management (2). Exécution 5.4.1. <i>Lean Manufacturing/Lean Thinking</i> 5.4.2. Gestion Logistique 5.4.3. Achats |
| 5.5. Processus logistiques 5.5.1. Organisation et gestion par processus 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution 5.5.3. Qualité, coûts de la qualité et outils 5.5.4. Service après-vente | 5.6. Logistique et clients 5.6.1. Analyse et prévision de la demande 5.6.2. Prévision et planification des ventes 5.6.3. <i>Collaborative planning forecasting & replacement</i> | 5.7. Logistique internationale 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux 5.7.3. Plateformes logistiques internationales | 5.8. Concurrence des opérations 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel dans les entreprises 5.8.2. Technologies et sciences émergentes 5.8.3. Les systèmes d'information dans les opérations |

Module 6. Gestions des systèmes d'information

| | | | |
|--|---|--|---|
| 6.1. Gestion des systèmes d'information 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises 6.1.2. Décisions stratégiques 6.1.3. Rôle du DSI | 6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet 6.2.3. La valeur du service IT dans l'entreprise | 6.3. Planification stratégique du SI 6.3.1. Le processus de planification stratégique 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie | 6.4. Systèmes d'information et <i>business intelligence</i> 6.4.1. GRC et <i>Business Intelligence</i> 6.4.2. La Gestion de Projets de <i>Business Intelligence</i> 6.4.3. L'architecture de <i>Business Intelligence</i> |
| 6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC 6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique 6.5.2. Capacités pour innover 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur | 6.6. Commerce électronique 6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique 6.6.3. <i>E-Commerce</i> , une opportunité pour l'internationalisation | 6.7. Stratégies de <i>E-Business</i> 6.7.1. Stratégies pour les Médias Sociaux 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client 6.7.3. Régulation numérique | 6.8. <i>Digital business</i> 6.8.1. <i>Mobile e-Commerce</i> 6.8.2. Conception et Utilisabilité 6.8.3. Opérations de Commerce Électronique |

Module 7. Direction commerciale, Marketing et communication d'entreprise**7.1. Direction commerciale**

- 7.1.1. Gestion des ventes
- 7.1.2. Stratégie de vente
- 7.1.3. Techniques de vente de négociation
- 7.1.4. Gestion des équipes de ventes

7.2. Marketing

- 7.2.1. Le Marketing et l'impact sur l'entreprise
- 7.2.2. Les variables de base du Marketing
- 7.2.3. Plan de Marketing

7.3. Gestion stratégique du Marketing

- 7.3.1. Les sources d'innovation
- 7.3.2. Tendances actuelles du Marketing
- 7.3.3. Outils du Marketing
- 7.3.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients

7.4. Stratégie de Marketing Numérique

- 7.4.1. Approche au Marketing Numérique
- 7.4.2. Outils de Marketing Numérique
- 7.4.3. Inbound Marketing et l'évolution du Marketing Digital

7.5. Stratégie de vente et de communication

- 7.5.1. Localisation et promotion
- 7.5.2. Relations Publiques
- 7.5.3. Stratégie de vente et de communication

7.6. Communication d'entreprise

- 7.6.1. Communication interne et externe
- 7.6.2. Département de communication
- 7.6.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités

7.7. Stratégie de la Communication d'entreprise

- 7.7.1. Stratégie de communication de l'entreprise
- 7.7.2. Plan de Communication
- 7.7.3. Rédaction de Communiqués de Presse/ Clipping/Publicity

Module 8. Innovation et gestion de projet**8.1. Innovation**

- 8.1.1. Macro Conceptual de l'innovation
- 8.1.2. Typologies de l'innovation
- 8.1.3. Innovation continue et discontinue
- 8.1.4. Formation et Innovation

8.2. Stratégie de l'Innovation

- 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
- 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
- 8.2.3. Ateliers d'innovation

8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise

- 8.3.1. Méthodologie *Lean Startup*
- 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
- 8.3.3. Modalités de financement
- 8.3.4. Outils de modélisation: carte d'empathie, modèle de canevas et métriques
- 8.3.5. Croissance et fidélité

8.4. Direction et gestion du projet

- 8.4.1. Les opportunités d'innovation
- 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
- 8.4.3. La définition et la conception des projets
- 8.4.4. L'exécution des projets
- 8.4.5. La clôture des projets

Module 9. Structure des marchés du tourisme

9.1. Introduction au tourisme

- 9.1.1. Concept de Tourisme, origine et évolution
- 9.1.2. Définitions de Tourisme
- 9.1.3. Types de tourisme
- 9.1.4. Cycle de vie du produit touristique
- 9.1.5. Gestion hôtelière et tourisme

9.2. Le tourisme au fil du temps

- 9.2.1. Histoire du Tourisme jusqu'au 20ème siècle
- 9.2.2. Tourisme contemporain (XXe et XXIe siècles)

9.3. Planification du tourisme

- 9.3.1. Le processus d'aménagement de l'espace touristique
- 9.3.2. Instruments de planification du tourisme: le plan de développement du tourisme (PDT)
- 9.3.3. La durabilité comme critère de planification du Tourisme

9.4. Économie du tourisme

- 9.4.1. Le processus de production du tourisme
- 9.4.2. L'importance des effets économiques du tourisme
- 9.4.3. Balance des paiements du tourisme

9.5. Flux de touristes

- 9.5.1. Flux touristiques internationaux
- 9.5.2. Destinations touristiques et marchés sources

9.6. Demande Touristique

- 9.6.1. Calcul de la Demande touristique
- 9.6.2. Tourisme Entrant
- 9.6.3. Tourisme Émetteur
- 9.6.4. Facteurs conditionnant la demande touristique
- 9.6.5. Saisonnalité de la Demande
- 9.6.6. Tendances de la Demande touristique

9.7. Offre Touristique

- 9.7.1. Analyse de l'Offre Touristique
- 9.7.2. Offre de ressources touristiques : Naturel et Culturel
- 9.7.3. L'offre Touristique en relation avec les innovations technologiques
- 9.7.4. Gestion hôtelière et Touristique appliquée à l'offre touristique

9.8. La société de tourisme

- 9.8.1. Concept d'entreprise touristique
- 9.8.2. Types d'entreprises touristiques
- 9.8.3. L'environnement de l'Entreprise touristique

9.9. Introduction aux principaux sous-secteurs du tourisme

- 9.9.1. Secteur Hôtelier
- 9.9.2. Secteur de la Restauration
- 9.9.3. Agences de Voyages et *Tour* Opérateurs
- 9.9.4. Transport Aérien
- 9.9.5. Services complémentaires

9.10. Structure du Marché du tourisme

- 9.10.1. Structure du marché mondial du tourisme: mondialisation
- 9.10.2. Structure du marché du tourisme international

9.9. Introduction aux principaux sous-secteurs du tourisme

- 9.9.1. Secteur Hôtelier
- 9.9.2. Secteur de la Restauration
- 9.9.3. Agences de Voyages et *Tour* Opérateurs
- 9.9.4. Transport Aérien
- 9.9.5. Services complémentaires

9.10. Structure du Marché du tourisme

- 9.10.1. Structure du marché mondial du tourisme: mondialisation
- 9.6.6. Tendances de la Demande touristique

Module 10. Canaux de distribution du tourisme**10.1. Répartition des touristes**

- 10.1.1. Spécificité du secteur du tourisme
- 10.1.2. Le *Prosommateur*
- 10.1.3. Les facteurs de la distribution touristique d'aujourd'hui: les forces de la concurrence

10.2. Introduction à la distribution touristique

- 10.2.1. Marketing touristique: intermédiaires commerciaux
- 10.2.2. Le système de distribution dans le secteur du tourisme
- 10.2.3. Rôles des intermédiaires dans le système de distribution du tourisme

10.3. Les canaux de distribution dans le secteur du tourisme

- 10.3.1. Nature des canaux de distribution
- 10.3.2. Fonctions des canaux de distribution
- 10.3.3. Critères de sélection des canaux de distribution
- 10.3.4. Critères de sélection des canaux de distribution

10.4. Intermédiaires commerciaux

- 10.4.1. Les agences de voyage dans la distribution du tourisme
- 10.4.2. Typologie des agences de voyage
- 10.4.3. Changements dans le positionnement des agences de voyage

10.5. Tour-opérateurs dans la distribution du tourisme

- 10.5.1. Le rôle des *Tour-opérateurs* dans la distribution du tourisme
- 10.5.2. Typologie des *tour-opérateurs*
- 10.5.3. Situation actuelle

10.6. GDS et CRS dans la distribution touristique

- 10.6.1. Le rôle des GDS et des CRS dans la distribution du tourisme
- 10.6.2. Les GDS comme paradigme de la situation actuelle

10.7. Les centrales de réservation dans la distribution touristique

- 10.7.1. Le rôle des centres de réservation dans la distribution du tourisme
- 10.7.2. Typologie des bureaux de réservation
- 10.7.3. Situation actuelle

10.8. L'intermédiation touristique aujourd'hui

- 10.8.1. L'impact du commerce électronique sur la structure de l'industrie du tourisme
- 10.8.2. L'impact des nouvelles technologies sur les fournisseurs de services touristiques
- 10.8.3. Intermédiaires du tourisme: défis et stratégies en matière de commerce électronique
- 10.8.4. Le consommateur touristique et le commerce électronique

10.9. Intégration dans la distribution touristique

- 10.9.1. Modalités d'intégration des entreprises
- 10.9.2. Valeur pour l'actionnaire
- 10.9.3. Intégration horizontale dans le secteur du tourisme

10.10. Coûts logistiques

- 10.10.1. Stratégies d'intermédiation des services de loisirs-tourisme
- 10.10.2. Les variables stratégiques: l'orientation fournisseur et client
- 10.10.3. Orientation des Fournisseurs
- 10.10.4. Orientation Client

Module 11. Gestion des hôtels et des restaurants

11.1. Le logement hier et aujourd'hui

- 11.1.1. Histoire Ancienne
- 11.1.2. Du Moyen Âge au XIXe siècle
- 11.1.3. Le secteur hôtelier aujourd'hui

11.2. Hébergement touristique

- 11.2.1. Concept et types d'hébergement touristique
- 11.2.2. Établissements non hôteliers
- 11.2.3. Établissements hôteliers
- 11.2.4. Système européen de classification des hôtels

11.3. Structure des entreprises hôtelières

- 11.3.1. Organigramme d'un hôtel
- 11.3.2. Typologie des hôtels
- 11.3.3. Chaînes d'hôtels
- 11.3.4. Opérations de base de gestion hôtelière
- 11.3.5. Analyse départementale de l'hôtel

11.4. Services de réception, d'entretien ménager et de maintenance

- 11.4.1. Services de réception et de conciergerie
- 11.4.2. Départements parquet et blanchisserie
- 11.4.3. Département de la maintenance

11.5. Direction commerciale

- 11.5.1. Département commercial
- 11.5.2. Département Communication
- 11.5.3. *Gestion des revenus*
- 11.5.4. La technologie appliquée aux entreprises d'hébergement

11.6. Département Administration et Comptabilité

- 11.6.1. Budgétisation et contrôle budgétaire
- 11.6.2. Analyse des investissements
- 11.6.3. Ratios hôteliers

11.7. Service de Restauration au sein de l'hébergement touristique

- 11.7.1. Restaurant, cuisine et économat
- 11.7.2. Gastronomie et œnologie
- 11.7.3. Approvisionnement et stockage
- 11.7.4. Organisation et service de la cuisine
- 11.7.5. Organisation et service en salle à manger

11.8. Sociétés de restauration

- 11.8.1. Concept et types d'entreprises de restauration
- 11.8.2. Produits et installations des sociétés de restauration
- 11.8.3. Coûts de la restauration
- 11.8.4. Les sous-systèmes réels ou physiques et les sous-systèmes de financement dans le secteur de la restauration
- 11.8.5. Administration des affaires

11.9. Services de Restauration

- 11.9.1. Concepts de services de restauration
- 11.9.2. Relation entre le marché, le concept et le menu
- 11.9.3. Concepts commerciaux du service de restauration
- 11.9.4. Restaurants commerciaux au sein d'autres entreprises

11.10. Ventes et planification de réunions dans le secteur de la restauration

- 11.10.1. Marketing
- 11.10.2. Ventes du groupe
- 11.10.3. Service aux groupes: *Catering/banquets*
- 11.10.4. Ventes individuelles
- 11.10.5. Tendances en matière de restauration et gestion du personnel

Module 12. Gestion de la qualité et innovation dans le tourisme**12.1. Gestion de la Qualité des Services**

- 12.1.1. Qualité des services
- 12.1.2. Caractéristiques et dimensions de la qualité de service
- 12.1.3. La qualité du point de vue des clients. Niveaux de qualité

12.2. Gestion de la Qualité du Tourisme

- 12.2.1. Concepts de base de la Gestion de la Qualité
- 12.2.2. Systèmes de gestion de la qualité
- 12.2.3. La qualité comme outil de Gestion
- 12.2.4. Systèmes de Gestion de la Qualité
- 12.2.5. Systèmes de Gestion de la Qualité Totale
- 12.2.6. Normalisation nationale et internationale de la qualité

12.3. Introduction à la Qualité: concepts et évolution

- 12.3.1. La qualité du service dans le secteur du tourisme
- 12.3.2. Concepts de qualité
- 12.3.3. Évolution du concept de qualité
- 12.3.4. Dimensions et principes du concept de qualité
- 12.3.5. La démarche qualité chez les clients internes et externes

12.4. Principales théories de la Qualité

- 12.4.1. Théories de la qualité appliquées au secteur du tourisme
- 12.4.2. Gestion de la Qualité Totale (*Deming*)
- 12.4.3. Gestion de la Qualité Totale (*Juran*)
- 12.4.4. Gestion de la Qualité Totale (*Crosby*)
- 12.4.5. Gestion de la Qualité Totale (*Feigenbaum*)
- 12.4.6. Gestion de la Qualité Totale (*Ishikawa*)
- 12.4.7. Gestion de la Qualité Totale (*Taguchi*)
- 12.4.8. Gestion de la Qualité Totale (TQM) appliquée au secteur touristique

12.5. Coûts de la Qualité dans les entreprises touristiques

- 12.5.1. Concept et classification des coûts associés à la qualité
- 12.5.2. Coûts découlant des défaillances
- 12.5.3. Investissement dans les activités de prévention
- 12.5.4. Coûts générés par le suivi et les évaluations
- 12.5.5. Coûts générés par le suivi et les évaluations
- 12.5.6. L'importance de la gestion des coûts de la qualité dans le secteur du tourisme

12.6. Analyse, diagnostic, planification et contrôle de la qualité dans le tourisme

- 12.6.1. Le processus d'un service touristique de qualité
- 12.6.2. Conception et mise en œuvre d'un Système de Qualité dans l'entreprise de tourisme
- 12.6.3. Phases du processus de mise en œuvre d'un Système Qualité

12.7. Processus de mise en œuvre d'un système qualité et environnemental

- 12.7.1. Interprétation de la Norme
- 12.7.2. Mise en œuvre des processus et des manuels de qualité
- 12.7.3. Outils de Qualité
- 12.7.4. Plans d'amélioration
- 12.7.5. Audit interne et externe

12.8. Qualité du Tourisme

- 12.8.1. Normes internationales de qualité touristique

12.9. Gestion de la qualité dans les services touristiques

- 12.9.1. Qualité des services touristiques et perception des clients
- 12.9.2. Techniques pour connaître la satisfaction du client
- 12.9.3. Gestion de la réputation en ligne des suggestions et des plaintes
- 12.9.4. Le modèle SERVQUAL appliqué à l'entreprise de tourisme
- 12.9.5. Modèle HOTELQUAL

12.10. L'innovation dans le secteur du tourisme

- 12.10.1. Gestion de l'innovation
- 12.10.2. Introduction à l'innovation
- 12.10.3. Types d'innovation Innovation dans les processus de gestion
- 12.10.4. Gestion de l'innovation: Stratégies
- 12.10.5. La normalisation dans la R&D&I

Module 13. Gestion des opérations touristiques

13.1. L'entreprise touristique en tant que système

- 13.1.1. L'univers interne et externe de l'entreprise
- 13.1.2. Concept de système et de sous-systèmes
- 13.1.3. Production
- 13.1.4. Différentes approches du concept de production
- 13.1.5. Fonction de production
- 13.1.6. Objectifs commerciaux et production
- 13.1.7. La production des entreprises de services
- 13.1.8. Industrie et services: pourquoi une différenciation
- 13.1.9. Cinq caractéristiques de la production dans l'entreprise de services
- 13.1.10. Production dans les entreprises touristiques

13.2. Opérations et processus de production dans le secteur du tourisme

- 13.2.1. Concepts essentiels: opérations, processus, méthodes, procédures, systèmes, modélisation et prévisions
- 13.2.2. Deux variables essentielles pour le tourisme: l'espace et le temps
- 13.2.3. Carte des quatre facteurs d'influence: environnement, établissement, modèle de gestion et ressources humaines

13.3. Processus de production dans les entreprises de transport

- 13.3.1. Le transport et son positionnement dans l'industrie touristique
- 13.3.2. Modalités des entreprises de transport: aviation commerciale, transport ferroviaire, routier et fluvial
- 13.3.3. Opérations du sous-secteur des transports
Analyse des principales activités: caractéristiques et particularités: transports aériens, ferroviaires, routiers, routiers et fluviaux

13.4. Gestion des opérations "Croisière"

- 13.4.1. Introduction, contexte touristique Évolution du tourisme de croisière
- 13.4.2. Les raisons de devenir un "Produit Touristique"
- 13.4.3. Le transport par eau Caractéristiques Ports Types de ports
- 13.4.4. Modalités et services du transport maritime, principales compagnies maritimes
- 13.4.5. Transport maritime régulier Transport discrétionnaire ou touristique
- 13.4.6. Caractéristiques du produit "Croisières", termes nautiques et classes de navires. Caractéristiques du navire "Croisières"
- 13.4.7. Termes nautiques
- 13.4.8. Croisières, caractéristiques, services, réservations et tarifs
- 13.4.9. Principaux Navires, classement Classification des compagnies de Navigation
- 13.4.10. Tendances du tourisme de croisière

Module 14. Organisation de congrès, d'événements et de protocoles**14.1. Considérations générales**

- 14.1.1. Le rôle du responsable de l'organisation des événements
- 14.1.2. Caractéristiques des réunions d'associations et d'entreprises
- 14.1.3. Le processus administratif des réunions

14.2. Processus administratif de l'organisateur de l'événement

- 14.2.1. Prévision
- 14.2.2. Planification
- 14.2.3. Organisation
- 14.2.4. Direction
- 14.2.5. Contrôle

14.3. Organisation d'événements

- 14.3.1. Listes de vérification
- 14.3.2. Zones et étapes de l'enregistrement et du contrôle
- 14.3.3. Types d'événements
- 14.3.4. Principaux domaines de responsabilité

14.4. L'organisation d'un acte protocolaire

- 14.5.1. Les phases de l'organisation d'un événement
- 14.5.2. Préparation d'affiches et d'invitations
- 14.5.3. Le programme et ses éléments

14.5. La perception actuelle de l'organisation des événements, du protocole et des relations institutionnelles

- 14.6.1. Le chef du protocole d'une institution
- 14.6.2. Fonctions et critères de base dans l'exercice du Département Production d'événements et/ou Protocole

14.6. L'organisation d'événements dans les entreprises

- 14.7.1. Les raisons de l'émergence du protocole d'entreprise
- 14.7.2. Organisation mixte
- 14.7.3. Règles héritées de la tradition et de la législation

14.7. Le manuel interne pour l'organisation d'événements dans l'entreprise

- 14.8.1. Critères de base du manuel de protocole de l'entreprise

Module 15. Introduction à l'organisation et à la gestion des entreprises**15.1. Le concept d'entreprise**

- 15.1.1. Concept d'entreprise
- 15.1.2. Fonctions d'entreprise
- 15.1.3. Le rôle de l'entrepreneur
- 15.1.4. Les objectifs de l'entreprise
- 15.1.5. Évolution historique de l'entreprise
- 15.1.6. Classification des entreprises
- 15.1.7. Caractéristiques des entreprises du secteur du tourisme
- 15.1.8. L'environnement des entreprises
- 15.1.9. Éthique et responsabilité sociale des entreprises

15.2. Structures organisationnelles

- 15.2.1. Qu'est-ce qu'une structure organisationnelle?
- 15.2.2. Principes de base des structures organisationnelles
- 15.2.3. Structures organisationnelles
- 15.2.4. Domaines fonctionnels

15.3. Fonctions d'entreprise

- 15.3.1. La fonction d'exploitation
- 15.3.2. La fonction d'exploitation
- 15.3.3. La fonction d'exploitation dans les entreprises touristiques
- 15.3.4. Le processus de production
- 15.3.5. Processus opérationnels dans les entreprises touristiques

15.4. La fonction commerciale

- 15.4.1. Introduction au Marketing
- 15.4.2. Tendances du marketing d'entreprise
- 15.4.3. La fonction financière
- 15.4.4. Financement
- 15.4.5. Le système financier
- 15.4.6. Planification financière

15.5. La fonction financière

- 15.5.1. Financement
- 15.5.2. Le système financier
- 15.5.3. Planification financière

15.6. Fonction de gestion

- 15.6.1. La fonction de direction
- 15.6.2. Les niveaux de gestion
- 15.6.3. Coopération commerciale

15.7. La fonction ressources humaines

- 15.7.1. Le marché du travail dans le secteur du tourisme
- 15.7.2. La fonction ressources humaines
- 15.7.3. Les phases du processus de gestion des ressources humaines

15.8. Créer et gérer des PME

Module 16. Gestion commerciale et marketing

16.1. Concurrence

- 16.1.1. Concept et niveaux de compétence
- 16.1.2. Types de concurrence
- 16.1.3. Stratégies des leaders du marché
- 16.1.4. Stratégies des entreprises concurrentes
- 16.1.5. Stratégies des entreprises suiveuses
- 16.1.6. Stratégies du spécialiste de niche
- 16.1.7. *Benchmarking*

16.2. Le produit

- 16.2.1. Introduction au marketing mix
- 16.2.2. Conceptualisation et dimensionnalité
- 16.2.3. Classification des produits
- 16.2.4. Considérations relatives au service
- 16.2.5. Portefeuille de produits
- 16.2.6. Le cycle de vie du produit
- 16.2.7. Identification du produit
- 16.2.8. Qualité du produit
- 16.2.9. Nouveaux produits

16.3. Prix

- 16.3.1. Concept et importance du prix
- 16.3.2. Conditions de fixation des prix
- 16.3.3. Méthodes de fixation des prix
- 16.3.4. Stratégies de fixation des prix
- 16.3.5. Le *Yield Management*
- 16.3.6. Paiement

16.4. Distribution

- 16.4.1. Concept de distribution
- 16.4.2. Rôles des intermédiaires
- 16.4.3. Canaux de distribution
- 16.4.4. Force de vente et *merchandising*
- 16.4.5. Distribution commerciale
- 16.4.6. Grossistes
- 16.4.7. Détaillants
- 16.4.8. Systèmes d'intégration et de canaux
- 16.4.9. Logistique

16.5. La communication

- 16.5.1. Le processus de communication commerciale
- 16.5.2. Outils de communication commerciale
- 16.5.3. Planification de la communication commerciale
- 16.5.4. Publicité
- 16.5.5. Promotion des ventes
- 16.5.6. Relations publiques
- 16.5.7. Vente personnelle
- 16.5.8. Marketing direct

16.6. Le plan de marketing ou le plan d'affaires

- 16.6.1. Conceptualisation
- 16.6.2. Tâches de la gestion commerciale
- 16.6.3. Caractéristiques
- 16.6.4. Exigences
- 16.6.5. Processus d'élaboration du plan

Module 17. Principes de base de la comptabilité**17.1. La comptabilité en tant que système d'information et de contrôle**

- 17.1.1. Activité économique Flux réels et financiers
- 17.1.2. Informations économiques et financières
Exigences et utilisateurs
- 17.1.3. Concept de la Comptabilité
- 17.1.4. Division de la Comptabilité
- 17.1.5. Planification et Normalisation de la comptabilité
- 17.1.6. Questions théoriques et pratiques

17.2. Patrimoine comptable

- 17.2.1. Concept d'actifs comptables
- 17.2.2. Éléments patrimoniaux
- 17.2.3. Masses d'héritage
- 17.2.4. Fonds de Manœuvre Équilibres patrimoniaux
- 17.2.5. Questions théoriques et pratiques

17.3. Plan Général Comptable Structure et contenu

- 17.3.1. Introduction
- 17.3.2. Cadre conceptuel
- 17.3.3. Règles d'enregistrement et de compilation
- 17.3.4. Comptes annuels
- 17.3.5. Plan comptable
- 17.3.6. Définitions et relations comptables
- 17.3.7. Questions théoriques et pratiques

17.4. La méthode de comptabilité Terminologie et fonctionnalité des comptes

- 17.4.1. Le compte comme instrument Structure du compte
- 17.4.2. Terminologie des comptes
- 17.4.3. Convention de débit et de crédit
- 17.4.4. Le Match double
- 17.4.5. Enregistrement par écritures comptables
- 17.4.6. Grands livres comptables
- 17.4.7. Fonctionnement des comptes d'actifs
- 17.4.8. Fonctionnement des comptes de passif
- 17.4.9. Fonctionnement des comptes de participation
- 17.4.10. Comptes d'Achats et de Dépenses Ventes et revenus
- 17.4.11. Questions théoriques et pratiques
Hypothèses pratiques

17.5. Le cycle comptable

- 17.5.1. Phases du cycle comptable
- 17.5.2. Préparation des Comptes Annuels
- 17.5.3. Interprétation des États financiers
- 17.5.4. Questions théoriques et pratiques
Hypothèses pratiques

07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



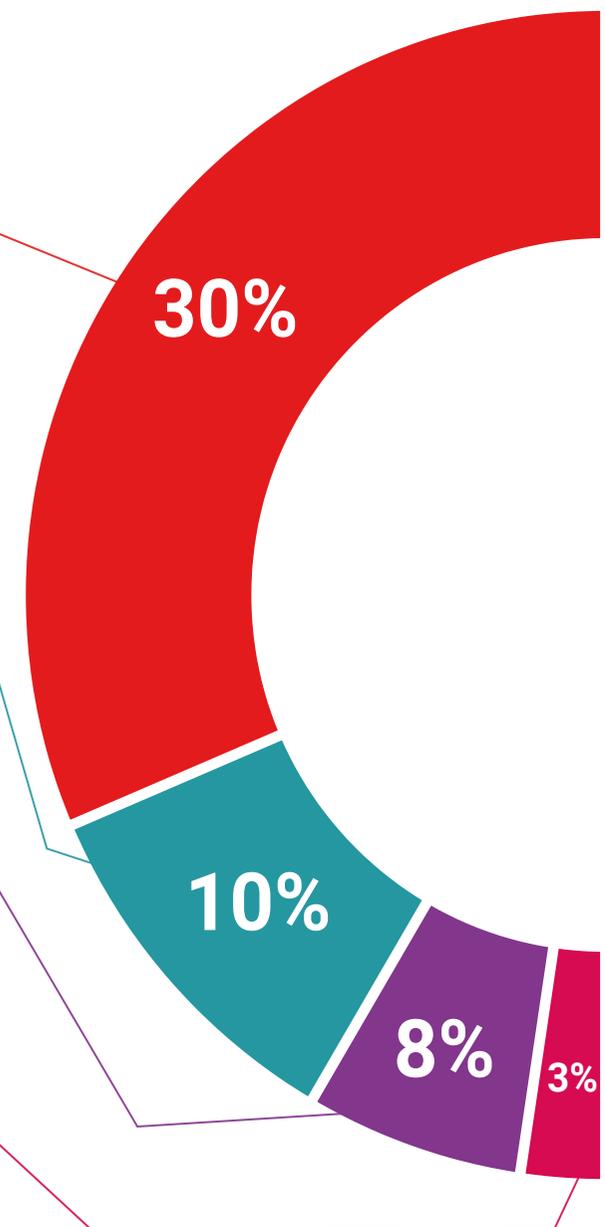
Stages en compétences de gestion

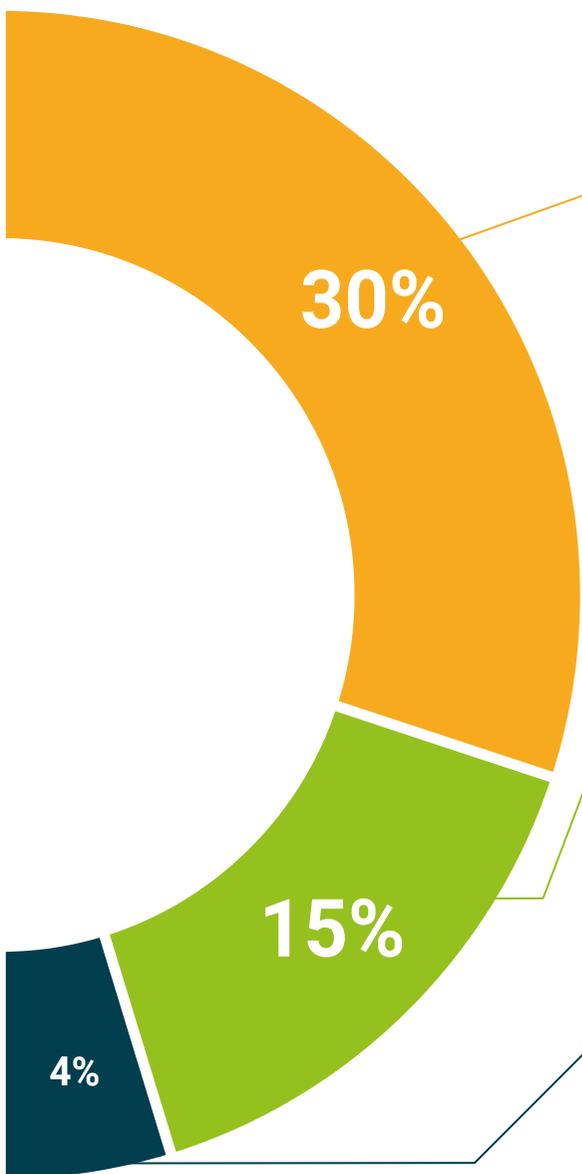
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme est un programme destiné aux professionnels expérimentés qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances et faire progresser leur carrière professionnelle. La diversité des participants aux différents profils académiques et aux multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.





“

Si vous avez de l'expérience dans la gestion hôtelière et que vous recherchez une amélioration intéressante de votre carrière tout en continuant à travailler, ce programme est fait pour vous"

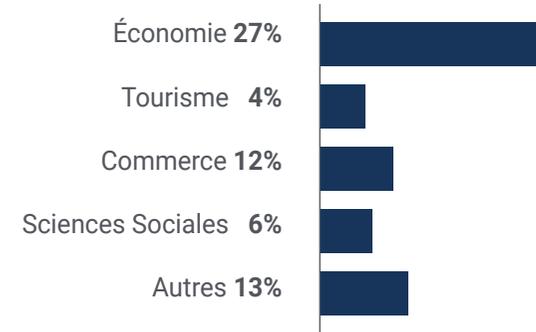
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

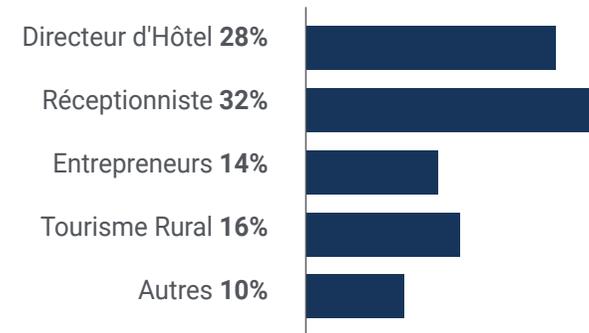
Années d'expérience



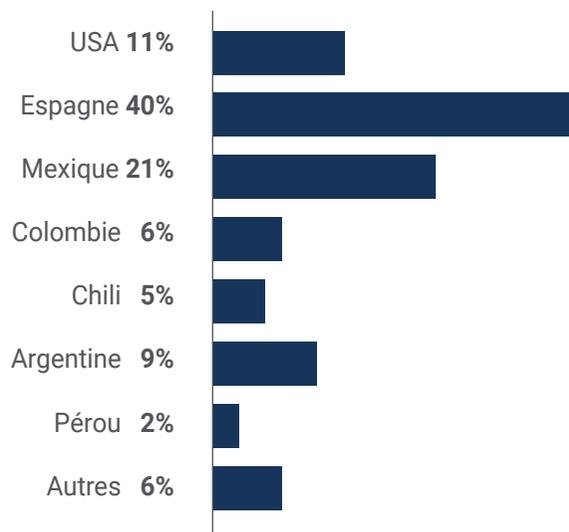
Formation



Profil académique



Distribution géographique



María Suárez

Directrice d'un hôtel de luxe

"La gestion de l'hôtellerie et du tourisme nécessite une spécialisation continue afin de s'adapter aux changements du marché et de trouver les clés pour développer les stratégies précises qui répondent le mieux aux besoins des clients. C'est pourquoi j'étais à la recherche d'un programme qui me permettrait d'accroître ma formation dans ce domaine. J'ai trouvé dans TECH tout ce dont j'avais besoin et, grâce à cela, je suis aujourd'hui plus qualifié pour gérer un hôtel"

09

Direction de la formation

Ce programme académique dispose du personnel enseignant le plus spécialisé sur le marché de l'éducation actuel. Il s'agit des spécialistes sélectionnés par TECH pour développer l'ensemble de l'itinéraire. Ainsi, sur la base de leur propre expérience et des données les plus récentes, ils ont conçu le contenu le plus actuel qui offre une garantie de qualité dans un sujet aussi pertinent.



“

TECH vous offre le personnel enseignant le plus spécialisé dans le domaine d'étude. Inscrivez-vous maintenant et profitez de la qualité que vous méritez”

Directeur invité international

Khalid Amiri est un leader exceptionnel dans le domaine de l'Hôtellerie et de la Finance, avec une carrière marquée par son orientation stratégique et ses compétences en matière de gestion au niveau international. À cet égard, il a occupé le poste de **Directeur des Opérations Hôtelières chez Marriott International à Houston, Texas**, où il a été responsable de la supervision et de l'optimisation des opérations de plusieurs hôtels, assurant l'excellence du **service à la clientèle et la rentabilité** des propriétés sous sa direction. En fait, son expérience dans le **secteur de l'hôtellerie** a contribué au succès mondial de **Marriott**, l'une des chaînes hôtelières les plus importantes et les plus prestigieuses au monde.

Il a occupé diverses fonctions dans le **secteur de l'hôtellerie**, notamment en tant que **Directeur des Finances et de la Comptabilité**, également chez **Marriott International**. En outre, il a fait preuve d'une capacité exceptionnelle à diriger des équipes et des projets à fort impact, en mettant en œuvre des stratégies qui ont permis d'améliorer **l'efficacité opérationnelle et la rentabilité** dans de nombreux endroits. Sa capacité à s'adapter aux marchés mondiaux et à gérer des opérations complexes a fait de lui un leader dans le **secteur de l'hôtellerie internationale**. L'importance qu'il accorde aux **résultats, à l'innovation et à la qualité** a joué un rôle fondamental dans son ascension au sein de **Marriott** et de l'industrie dans son ensemble.

Khalid Amiri possède une solide formation universitaire qui complète sa vaste expérience professionnelle. Il a obtenu un **Executive MBA** à l'Université du Texas, ce qui lui a permis de combiner ses connaissances techniques avec des compétences avancées en matière de **leadership**. Il est également titulaire d'un diplôme en **Finance** de l'Université de Houston, qui a renforcé son approche analytique et stratégique.



M. Amiri, Khalid

- Directeur des Opérations Hôtelières chez Marriott International, Texas, États-Unis
- Directeur des Finances et de la Comptabilité chez Marriott International
- Executive MBA de l'Université du Texas
- Licence en Finance de l'Université de Houston

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

10

Impact sur votre carrière

Nous sommes conscients que suivre un programme de cette nature représente un important investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel. Le principal objectif de cet investissement est la croissance professionnelle. C'est pourquoi, à travers ce Mastère Spécialisé qualité optimale nous mettons toutes nos ressources à votre disposition.



“

*Suivre ce programme vous
permettra d'obtenir le changement
professionnel que vous mérite”*

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme de TECH Université Technologique est un programme intensif qui vous prépare à faire face aux défis et aux décisions d'affaires tant au niveau national qu'international. Son objectif principal est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à réussir.

Si vous souhaitez vous améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

Un corps enseignant de haut niveau pour former des professionnels qui visent l'excellence.

Ne manquez pas l'occasion d'étudier à TECH et d'acquérir la formation nécessaire pour rivaliser avec les meilleurs.

Générer un changement positif

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de 25% pour nos étudiants



11

Avantages pour votre entreprise

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme contribue à élever le talent de l'organisation à son plein potentiel par la spécialisation de leaders de haut Tourisme. Par conséquent, la participation à ce programme académique vous permettra de vous améliorer non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant votre formation et en améliorant vos compétences en matière de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

*À l'issue de ce mastère avancé,
vous apporterez à l'entreprise une
nouvelle vision de l'entreprise”*

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Vous apporterez à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements significatifs dans l'organisation.

02

Retenir les dirigeants à grand potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme resserre le lien entre l'entreprise et le manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Le manager sera capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Augmenter les possibilités d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développer vos propres projets

Vous pourrez travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du développement commercial de votre entreprise.

06

Augmenter la compétitivité

Ce programme permettra à nos étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



12 Diplôme

Le Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé délivré par TECH Université technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme **Mastère Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Avancé en Direction Générale du Tourisme**

N.º d'Heures Officielles: **3.000 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Mastère Avancé Direction Générale du Tourisme

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Avancé

Direction Générale du Tourisme