



**Master Tourisme**

**I.T.M.**

***International  
Tourism Management***

**Center for International Tourism  
Hospitality and Events Management  
C.I.T.H.E.M.**

# Les objectifs de la formation ITM

La formation ITM prépare les futurs dirigeants et cadres supérieurs dans leurs fonctions managériales évoluant au sein des différents acteurs de l'industrie touristique. Elle appelle notamment :

**A obtenir une pleine compréhension et maîtrise** des enjeux à la fois des **secteurs publics/privés** dont la porosité des frontières n'est plus à démontrer.

**A naviguer avec aisance et habileté sur la scène internationale**, indispensable pour appréhender les nouvelles tendances, dans un contexte multi-culturel et être capable d'en saisir les opportunités.

**A s'approprier une méthodologie de travail liant savoir, savoir-faire et savoir-être**, mais aussi de compétences de "**savoir-devenir**" pour inventer les réponses de demain aux secteurs du tourisme.

**A s'insérer et évoluer rapidement vers des postes à fortes responsabilités** dans le monde professionnel.



## Les métiers cibles

*Tourism business opportunities  
assessment consultancy*

*Public private partnership  
program manager*

*Worldwide & multicultural  
team leader*

*Travel & trade development  
/ marketing manager*

*Strategic membership  
partnership & alliance  
office manager*

*International meetings,  
incentives, conferences &  
exhibition coordinator*

*Cross border tourism  
project manager*

*Head of travel*

# Les forces de la formation ITM

## Pédagogies innovantes

*Les jeux d'entreprise et les mises en situation professionnelle visant à préparer au mieux les étudiants à leur entrée dans la vie active, sont au cœur de la formation.*

## Interculturel & international

*Un parcours tourné vers l'international : plus de 40 échanges proposés dans une vingtaine de pays, incluant au minimum un semestre d'étude à l'étranger, une promotion composée d'étudiants de plusieurs nationalités, un master 2 exclusivement en anglais.*

## Learning by doing

*Une pédagogie différenciée, innovante et professionnalisante conduisant l'étudiant en dehors des murs de l'Université. Elle invite à répondre à des problématiques concrètes, challengeant des acteurs majeurs du tourisme partenaires (Madame Vacances /OnlyLyon) pour un apprentissage et une expérience au plus proche du réel.*

## Hard and soft skills

*Une formation reposant sur la triple compétence : un socle de gestion managériale, une expertise holistique des enjeux touristiques des secteurs publics et privés de demain, une expertise linguistique et interculturelle.*

*« Une formation structurée autour de compétences et d'acteurs du monde académique et professionnel, elle est également pilotée par un professeur associé permettant de bénéficier d'un réseau professionnel très riche.*

*Dessinée pour répondre aux besoins exprimés par les acteurs du marché, elle assure aux jeunes diplômés une insertion rapide*  
**Claire Salmone**  
*Directrice IAE*  
**Université Savoie Mont Blanc**



Compétences	Semestre 7 / 30 ECTS		Semestre 8 / 30 ECTS	
<b>Managériales</b>	Growth Hacking : techniques d'e-marketing	3	Communication institutionnelle & plan media	1
	Management de l'innovation touristique	3	Gestion des ressources humaines	3
	Gestion de projet & analyse du consommateur	3	Analyse et comportement du consommateur	2
<b>Professionnelles</b>	Développement personnel et professionnel	1	Mission professionnelle	2
	Méthodologie de la recherche	2	Mémoire	3
<b>Internationales</b>	English for tourism	3	English for tourism, culture & society	4
	Allemand, Espagnol, Italien du tourisme, société et culture	4	Allemand, Espagnol, Italien du tourisme	2
<b>Expertises</b>	Leadership and management techniques*	2	Intercultural management skills*	3
	Marketing des destinations	2	E-marketing appliqué et CRM	3
	Stratégie social media et nouveau marketing	2	Tourist behaviour	2
	Droit public et privé du tourisme	2	Tourisme de patrimoine	3
	Stratégie e-tourisme et brand content	3	Heritage and interpretation	2

\*Exclusif parcours ITM



Compétences	Semestre 9 / 30 ECTS	Semestre 10 / 30 ECTS	
<b>Managériales</b>	<b>Semestre d'étude à l'étranger*</b>  Dans une des universités partenaires du réseau ITM-N <i>International Tourism Master Network</i>	Disruption phenomena : business canvas & e-strategy	3
		Consumer trend's intelligence	3
<b>Professionnelles</b>		Internship and academic report	6
		<b>Internationales</b>	English project for digital strategy
Projet Allemand, Espagnol, Italie, FLE			2
<b>Expertises</b>		City tourism optimization*	5
		E-travel management & marketing*	4
		ITMN online management game*	2
		Event management concept	2

\*Exclusif parcours ITM

# Master 1

Votre programme  
pédagogique



## International Tourism Management

## Growth Hacking : techniques d'e-marketing

*Le growth hacking est un processus utilisant le digital, à travers l'expérimentation des canaux marketing et du développement produit pour identifier les pistes et leviers générant de l'activité.*

*Vous en découvrirez les principes et méthodologies du Growth Hacking et vous sera offerte l'opportunité d'être mandaté par une entreprise pour une mission de 4 mois afin de générer des résultats à travers des tactiques digitales innovantes.*

*Action, test and learn !*

*3 ECTS / 20h Class contact*

## Management de l'innovation touristique

*L'enjeu de l'innovation est au cœur des stratégies des organisations.*

*Au cours de ce module, vous :*

- *Découvrirez les différentes natures de la stratégie en les reliant à la problématique de l'innovation*
- *Prendrez conscience des impacts et des implications de chacune d'elles*
- *Mènerez une mission d'innovation - lancement nouveau produit - pour un acteur professionnel*
- *Présenterez vos résultats et propositions à ces derniers.*

*3 ECTS / 30h Class contact*

## Gestion de projet et analyse financière

*« Se réunir est un début, rester ensemble est un progrès, travailler ensemble est la réussite. »*

*Avec ce cours, vous apprendrez à :*

- *Questionner, capter et formaliser un besoin client*
- *Aborder, décomposer, structurer et planifier un projet complexe qui nécessite un travail d'équipe*
- *Analyser et piloter les différents aspects d'un projet : objectifs, finances, parties prenantes...*
- *Adapter votre comportement et mobiliser les bons outils pour travailler en équipe.*

*3 ECTS / 22h Class contact*



## Développement personnel et projet professionnel

*Animé par un conférencier expert en Stand'Up coaching, ce module vous permettra de développer la connaissance de soi, la notion d'identité et ses modes de fonctionnement.*

*Cette expérience vous permettra :*

- *D'enrichir votre capacité en prise de parole, de cohésion d'équipe et de vision*
- *De consolider votre rapport à la reconnaissance, à la confiance et à l'estime de soi*
- *De renforcer votre quotient émotionnel, votre aptitude à définir et atteindre vos objectifs.*

**1 ECTS / 12h Class contact**

## Méthodologie de recherche

*Ce module vous apportera les outils nécessaires à la réalisation de votre mémoire de Master 1.*

*Il vous permettra notamment de :*

- *Mobiliser une littérature, l'analyser et la synthétiser*
- *Formuler une problématique de recherche cohérente avec un enjeu réel*
- *Mobiliser des méthodes empiriques pour y répondre*
- *Discuter les résultats/limites et formuler des propositions*
- *Soutenir/défendre, tant à l'écrit qu'à l'oral, ses travaux.*

**2 ECTS / 22h Class contact**





## English for tourism (1)

*This course aims at improving written, comprehension, oral skills (B2+ level) and enriching vocabulary & cultural knowledge on tourism.*

*The focus will be on:*

- *The notion of “tourism policy” in the UK the issues of international tourism trends and of governance & public/private partnerships, the latest marketing campaigns by DMO VisitBritain and the significance of politics for tourism*
- *Reading an essay*
- *Presenting your communication strategy of an attraction in the UK.*

*3 ECTS / 20h Class contact*

## Allemand / Espagnol / Italien du tourisme (1)

*Le cours a pour objectif :*

- *De perfectionner l’expression linguistique*
- *D’interagir avec des interlocuteurs natifs (clients ou professionnels) favorables au contexte de carrière dans le tourisme*
- *D’acquérir des connaissances spécifiques au pays et leurs industries touristiques, hôtelières et de loisirs*
- *De mener une étude autour du tourisme réceptif (destinations et produits, partenaires...).*

*2 ECTS / 20h Class contact*

## Allemand / Espagnol / Italien - Société & culture

*En plus du perfectionnement linguistique, le cours traite de la dimension culturelle par l’étude de thèmes spécifiques à chaque langue.*

*Les thèmes sont liés à l’actualité géo-politique, abordés à travers des articles et des médias nationaux, toujours contextualisés dans une perspective historique.*

*Par l’enrichissement de la culture générale, politique et historique, vous aurez une compréhension éclairée des ces enjeux.*

*2 ECTS / 20h Class contact*



## Marketing des destinations touristiques

*Au travers un cours interactif, interpellatif et des échanges constructifs, découvrez comment :*

- *Positionner le tourisme, saisir son importance dans la société actuelle et future*
- *Comprendre les enjeux et tendances du secteur*
- *D'en détenir les clés pour une réflexion globale*
- *Comprendre les évolutions du marketing et les attentes clients*
- *Acquérir les bases de la notion d'attractivité territoriale.*

2 ECTS / 12h Class contact

## Stratégie social media et nouveau marketing

*Les réseaux sociaux ont révolutionnés le marketing et le tourisme, secteur leader en terme d'audience, de trafic et de ventes sur internet.*

*Vous aurez les clefs pour :*

- *Appréhender le contexte*
- *Mettre en place une stratégie social media cohérente rapprochant les besoins croissants des entreprises*
- *Intégrer l'utilisation de ces réseaux dans une véritable stratégie marketing globale.*

2 ECTS / 24h Class contact

## Leadership & management techniques

*This interactive course will help the student to:*

- *Improve communication skills and active listening to positively interact with colleagues*
- *Act for maximizing individual and team performance*
- *Manage conflict resolution techniques and reinforce group team spirit*
- *Develop emotional and collective intelligent in decision making process.*

2 ECTS / 10h Class contact



## Droit public et privé du tourisme

*Découvrez les règles de droit :*

- Les notions juridiques de base
- La législation régissant la distribution, les agents de voyages, le transport, l'hébergement, la restauration, les attractions et services connexes
- La responsabilité des prestataires de services touristiques est ensuite approfondie
- Le droit de la consommation, des obligations des contrats, de l'entreprise dans leur application au tourisme, notamment en gestion d'événements
- L'éthique et les codes de déontologie en tourisme.

2 ECTS / 12h Class contact

## Stratégie e-tourisme et brand content

*Le cours permet de :*

- Découvrir le concept, les nouveaux enjeux et défis des marques à l'ère du digital
- Conjuguer sa stratégie digitale avec une stratégie globale
- S'approprier le brand content et ses fondamentaux
- Développer des contenus à forte valeur ajoutée pour engager sa communauté
- Savoir programmer une médiatisation performante et en mesurer l'efficacité.

3 ECTS / 30h Class contact

## Conférences universitaires

*Des cycles de conférences avec acteurs professionnels dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie et de l'événementiel sont régulièrement proposés aux étudiants.*



## Communication institutionnelle et plan média

*Sur la base d'un travail à partir d'exemples concrets, l'objectif est de vous partager :*

- *Une compréhension pratique et quelques bases théoriques sur la communication, sa mécanique et ses enjeux*
- *Des méthodologies qui permettent d'appliquer des processus efficaces et rigoureux pour conduire une action de communication et mettre en œuvre les outils nécessaires.*

1 ECTS / 12h Class contact

## Gestion des ressources humaines

*Ce cours vous fera découvrir les « métiers » de la fonction à travers des études de cas, vidéos et articles et intervenants, notamment :*

- *Modèle, rôles, évolution, priorités et contexte d'actions*
- *Recrutement : besoin, sélection, suivi et intégration du personnel*
- *Rémunération, évaluation et masse salariale*
- *Evaluation et système d'appréciation*
- *Formation, mobilité et gestion des carrières*
- *Gestion des RH et TIC dans les nouvelles formes d'organisation.*

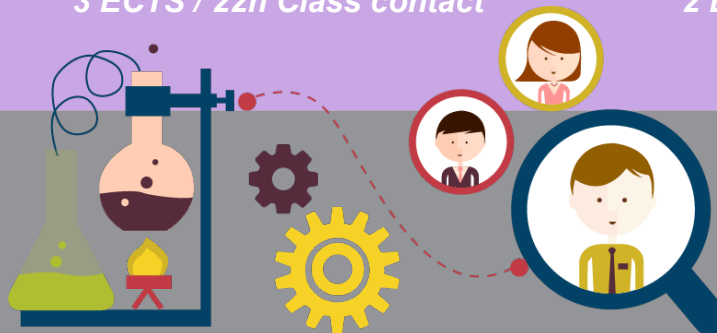
3 ECTS / 22h Class contact

## Analyse et comportement du consommateur

*Ce module vous permettra de :*

- *Découvrir les modèles de décision et les influences externes de ses comportements*
- *Comprendre en les mobilisant à travers une enquête*
- *Choisir le type d'enquête en fonction des objectifs*
- *Maîtriser l'analyse de données quantitatives - analyses bivariées, identification des variables explicatives -à travers un outil dédié (Sphinx)*
- *Savoir commenter et tirer les enseignements des résultats.*

2 ECTS / 22h Class contact



## Mission professionnelle

*Tel un consultant, vous serez mandaté par une entreprise pour une mission faisant l'objet d'un rapport écrit et d'une présentation devant les enseignants et les professionnels engagés.*

*L'étude portera sur l'analyse d'une problématique concrète, relevant des 3 disciplines fondamentales de gestion :*

- *RH : De quelles compétences a-t-on besoin, comment les acquérir et les faire « vivre » ?*
- *Finance : Comment financer de manière réaliste et durable le projet proposé ?*
- *Marketing : Quelles actions mener et quels outils adopter ?*

**2 ECTS**

## Mémoire de recherche

*Vous réaliserez un mémoire sur le thème de votre choix. Qu'il soit abordé sur un plan purement théorique, selon une perspective expérimentale ou dans une perspective d'application pratique, ce travail personnel est l'occasion de mener une réflexion intellectuelle poussée, dans un cadre méthodologique défini et après consultation des travaux publiés sur ce thème.*

*Ce mémoire sera en lien avec la mission professionnelle effectuée, accompagné par votre tuteur et présenté lors d'une soutenance devant jury.*

**3 ECTS / 6h Class contact**



## English for tourism (2)

*Through the analysis of documents (audio/video/written) on tourism, this course aims at:*

- *improving oral and written skills (comprehension and expression) in English (B2+ level) and*
- *enriching vocabulary and cultural knowledge on tourism through the analysis of documents (audio/video/written) on tourism.*

*The focus will be on Tourism in the USA (and American English), with the analysis of various examples of “niche”/special-interest tourism and the new forms of segmentation in marketing specific destinations or attractions.*

**2 ECTS / 20h Class contact**

## English culture & society

*This English language course (oral and written comprehension & expression) focuses on the analysis of social, cultural and economic contemporary issues in the English-speaking world – mainly the UK and the USA.*

*The documents (articles, news reports...) originate from the quality press and media (the BBC, The Economist, The Times, The New York Times...). The ability to summarize, contextualize, and express one's opinion accurately will be developed.*

**2 ECTS / 20h Class contact**

## Allemand / Espagnol / Italien du tourisme (2)

*Ce cours offre la possibilité à l'étudiant de poursuivre son perfectionnement linguistique et culturel.*

*Vous vous familiariserez avec les spécificités de l'industrie touristique du périmètre linguistique concerné en adoptant une perspective centrée à la fois :*

- *Sur le consommateur : attentes et comportements particuliers*
- *Et sur l'offre : particularités des réflexions et dispositifs marketing déployés dans la sphère culturelle.*

**2 ECTS / 24h Class contact**



## Intercultural management skills

*The student will discover how to:*

- *Manage /build a cohesive team in a complex, cross-border, multicultural context*
- *Increase awareness of culture's key drivers and their impact on you and your team*
- *Understand communication styles affect international business and leadership*
- *Enhance leadership to inspire/motivate across cultures*
- *Examine the role of ethical leadership in high-quality decision making.*

*3 ECTS / 20h Class contact*

## E-marketing appliqué et CRM

*Dans un contexte « d'hyper offre » et de concurrence touristique, ce cours vous offrira les moyens de :*

- *Découvrir les enjeux des programmes de fidélisation*
- *Connaître les différentes stratégies possibles : earn, burn, surprise & delight*
- *Créer et déployer à l'échelle d'une destination un écosystème CRM : business intelligence, cartes, emails, programmes, résultats, canevas stratégique, outils, stimulation, fidélisation et analyses.*

*3 ECTS / 22h Class contact*



## Tourist behaviour

*This lecture will give full understanding of the behaviour specifically by focusing on:*

- *The analysis of the conditions, in contemporary societies, that explain both the needs and the types of demand towards tourism consumption*
- *The motivation components and to what extent market segmentation can bring a finer analysis*
- *The experience: how to consume tourism experience and what are respective roles of quality and satisfaction.*

3 ECTS / 30h Class contact

## Heritage and interpretation

*To understand the importance of heritage interpretation to meet different visitors' needs in a competitive leisure/tourism marketplace.*

*You will discover during this course:*

- *Heritage/interpretation concept*
- *Breakdown of the different elements of the visitor Experience in a heritage site*
- *Visit to Chambéry Art Museum and analysis of the visitor experience for different kinds of visitor Group presentations*
- *Case studies of innovative interpretation from overseas.*

2 ECTS / 12h Class contact

## Label recherche (option)

*Ce cours approfondit l'apprentissage du projet de recherche.*

*Il vous présente comment :*

- *L'inscrire dans un cadre épistémologique, définissant la portée et la fiabilité de la recherche entreprise*
- *Spécifier l'objet de recherche et définir la problématique qui sera étudiée*
- *Définir son design apportant une réponse à la problématique définie*
- *Collecter des données en vue de leur analyse.*

2 ECTS / 20h Class contact





# Master 2

Votre programme  
pédagogique



## International Tourism Management

**«Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nombreux paysages mais à avoir de nouveaux yeux», Marcel Proust**

*Appréhender une autre culture, mesurer les impacts de la différence sociale ou encore ouvrir son cercle de relations, telles sont les découvertes promises lors de séjours à l'étranger.*

*L'expérience d'études intégrées sera un véritable atout pour :*

- *Parfaire vos compétences linguistiques (anglais, voire 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> langue vivante)*
- *Etendre votre expertise « tourisme » et vos capacités d'adaptation*
- *Développer votre intelligence culturelle et découvrir de nouvelles approches pédagogiques*
- *Valoriser votre profil et développer votre réseau à l'international pour accélérer votre parcours professionnel à venir.*

*Au cours du semestre 7, un entretien individuel validera votre choix de destination, avec intelligence et stratégie, selon votre profil et projet.*

## **Les universités partenaires du réseau ITM-N International Tourism Master Network**

*Universidade do Algarve – ESGHT, Faro, **Portugal***

*Metropolitan University of London, **United Kingdom***

*Dalarna University, Borlänge, **Sweden***

*Haaga-Helia University, Helsinki, **Finland***

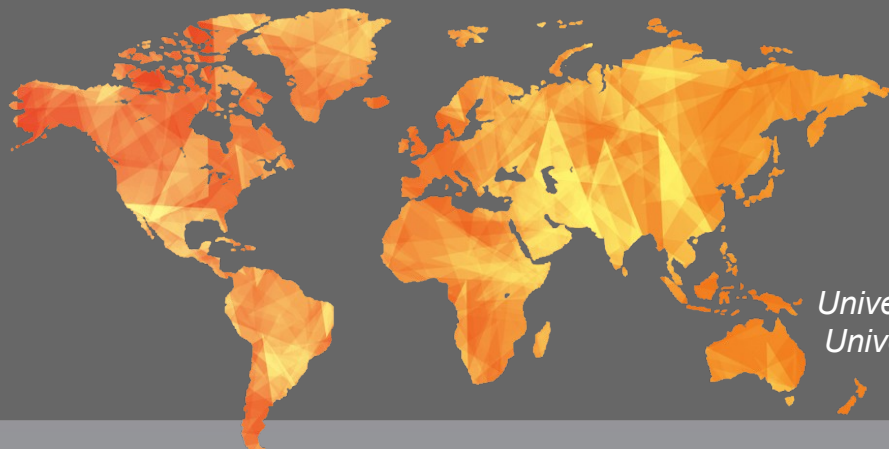
*University of Guelph, **Canada***

*Hochschule Heilbronn, **Germany** (Double Diplôme)*

*Università degli Studi di Milano-Bicocca, **Italy** (Double Diplôme)*

*Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, **Spain** (Double Diplôme)*

*Yasar University, Izmir, **Turkey***



## Consumer trend's intelligence

*The objectives of this lecture is to investigate current consumer trends that will impact and shape consumption trends in years to come.*

*The lecture will dig into the sociological and psychological dimensions of current trends in order to understand what are the key underpinning foundations of consumer trends.*

*Mastering this knowledge is essential to produce marketing strategies which could not be efficient without an in-depth understanding of consumers.*

**3 ECTS / 20h Class contact**

## Disruption phenomena: business model canvas & e-strategy

*By following this lecture, and its focus on applications, you will:*

- *Discover how the digital economy acts as a catalyst at the core of business transformation*
- *Master main disintermediation phenomena to get a clear vision of business threats and opportunities*
- *Get strong skills on leading/coordinating innovative and coherent digital strategy for both traditional and pure player actors*
- *Lead a complete business digital model mission for a real company.*

*Course linked with English project research.*

**3 ECTS / 20h Class contact**



# Professional skills

---

## Savoie and Double-degree students only:

### Internship and academic report

*The internship must last a minimum of 5 months and takes place between mid-April and end of September.*

*The missions of the internship must be related to the student speciality (tourism) and at Master's level, that is to say should include high responsibilities.*

*Students will have to write an academic report (mémoire) in English with the academic research methodology (research question, literary review and original primary sources)*

**6 ECTS**

**Incoming students may replace the summer internship with « French as a Foreign Language » and « French Culture » courses to complete the 30 EC-semester.**

**Double Diploma students must do this summer internship 4 to 5 months**

## English project

*The research project is related to the Digital Strategy & business model canvas lecture. Each group will meet their tutor regularly to discuss their research on their specific project.*

*The assessment for this module is based on the level of written and oral English and academic approach to the project:*

- The academic report includes an extensive literature review and benchmark analysis with examples of comparable attractions abroad*
- The issue and the results are also presented in a clear, coherent and concise manner orally.*

**3 ECTS / 20h Class contact**

## Projet - Allemand / Espagnol / Italien / FLE

*Le projet de recherche de fin d'études est réalisé de façon individuelle ou en binôme. Il vise la production d'un dossier écrit original et une présentation orale claire et convaincante pour le public, après des rencontres tutorées régulières.*

*Le sujet, lié à votre spécialité et à l'actualité de la zone linguistique, favorise au maximum l'interdisciplinarité et la curiosité interculturelle. Il sera soumis à la validation du professeur lors des séances de tutorat. Les sources seront académiques et professionnelles, et la recherche sera problématisée selon la méthodologie universitaire.*

**2 ECTS / 20h Class contact**



## City tourism optimization

As competition is growing and travellers expectations are changing, destinations need to go beyond mere information by demonstrating, proving and embodying relevant and authentic values, by using new channels and technologies, offering new experiences, marking the difference and surfing on current trends.

Through this experience, students:

- Will get strong expertise on Experiential Marketing
- Will be involved in a business challenge for OnlyLyon (DMO of Lyon), with several groups competing to provide concrete, realistic and actionable answers to improve deeply felt experience thanks to experiential marketing and digital technologies, after benchmarking several other international destinations
- Will benefit from two day-trips to Lyon to participate in high level lectures/conferences from OnlyLyon and to present diagnostic, methodology, products and services created to a jury of experts.

**5 ECTS / 40h Class contact**



## Event Management Concept

This course explores principles and practices of managing medium- and large-scale events including festivals, conventions, concerts, shows, sporting events, and ceremonies. It emphasizes strategic event design, organization and planning communications, personnel, and security as well as evaluation and innovation.

**2 ECTS / 10h Class contact**

# Compétences Expertises

Master 2  
Semestre 10

## E-Travel management & marketing

*In partnership with Mme Vacances (French leader in the residential industry), the student will get have to challenge a real life mission.*

*With the Digital Marketing manager, the student will:*

- Optimize acquisition strategy, average basket and loyalty program through an optimized digital communication strategy
- Lead market/product segment analysis : data mining
- Create and test their own prototypes: landing pages, content strategies, promotion/newsletter compains
- Evaluate through key indicator Performance and industrialize the process in case of success
- Participate in ITB Berlin, the world's leading travel trade show and exhibition to attend lectures/conferences from decision makers, industry experts and buyers
- Present their diagnostic, methodology, results to a jury of experts at the Château de Candie in Chambéry

**4 ECTS / 30h Class contact**



## ITMN online management game

*A contest for student teams from various universities in the world. In essence, the participants will be divided into groups to run their respective tourism “companies” and compete for resources as well as customers in the same market.*

*The groups are required to demonstrate hands-on experience and work on challenges based on real-life scenarios, making business decisions (finance, marketing, HRM, CRM, strategic planning...) as well as translating them into quantitative terms in order to deliver business results.*

**2 ECTS / 12h Class contact**



WORK HARD  
PLAY HARD