



HAL
open science

Master Management du tourisme

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'un master. Master Management du tourisme. 2014, Université Paris-Est Marne-La-Vallée - UPEM. hceres-02040371

HAL Id: hceres-02040371

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02040371v1>

Submitted on 20 Feb 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation du master



Management du tourisme

de l'Université Paris-Est
Marne-la-Vallée - UPEM

Vague E – 2015-2019

Campagne d'évaluation 2013-2014



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

En vertu du décret du 3 novembre 2006¹,

- Didier Houssin, président de l'AERES
- Jean-Marc Geib, directeur de la section des formations et diplômes de l'AERES

¹ Le président de l'AERES « signe [...], les rapports d'évaluation, [...] contresignés pour chaque section par le directeur concerné » (Article 9, alinea 3 du décret n°2006-1334 du 3 novembre 2006, modifié).



Evaluation des diplômes Masters – Vague E

Evaluation réalisée en 2013-2014

Académie : Créteil

Etablissement déposant : Université Paris-Est Marne-la-Vallée - UPEM

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) au niveau de la mention : /

Mention : Management du tourisme

Domaine : Droit, économie, gestion

Demande n° S3MA150008039

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Campus du Val d'Europe, Serris

- Délocalisation(s) : /

- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger :

Double diplôme avec l'Université de Voronej (Russie)

Présentation de la mention

La mention *Management du tourisme* est une formation master qui forme des futurs responsables, cadres et dirigeants d'entreprises, d'organisations et d'institutions touristiques (agences de voyages spécialisées, agences événementielles, tours opérateurs, hôtels, parcs de loisirs, offices de tourisme, collectivités territoriales, entreprises de transports de personnes). Elle s'adresse à des étudiants titulaires d'une licence dans des disciplines diverses (droit, gestion, géographie, langues, sociologie) souhaitant travailler dans le secteur du tourisme.

La première année de master (M1) (610 heures) est un tronc commun développant les connaissances fondamentales dans les domaines de l'ingénierie et du management du tourisme.

La seconde année de master (M2) (430 heures) propose un tronc commun d'approfondissement (230 heures) et deux spécialités de professionnalisation (200 heures pour chaque). La spécialité *Tourisme et hôtellerie haut de gamme* approfondit les connaissances et les compétences notamment dans le domaine de la géographie et du tourisme urbain, du marketing et de la stratégie de l'événementiel, dans la conception de produits de l'événementiel et dans la commercialisation et la vente. La spécialité *Tourisme d'affaires, congrès et événementiel* approfondit les connaissances et des compétences notamment dans le domaine de la géographie et du tourisme urbain, du marketing et de la stratégie de l'événementiel, dans la conception des produits de l'événementiel et dans la commercialisation et la vente.

Chaque année comprend un stage (quatre à six mois en première année, six mois en seconde année).



Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

Le projet pédagogique de la formation présente trois principaux objectifs :

- développer une culture de l'ingénierie du tourisme pour être capable de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies intégrant les nouveaux comportements touristiques dans une optique internationale ;
- maîtriser les principales techniques et méthodes de l'ingénierie et du management des entreprises du tourisme ;
- créer un lieu d'échange et de réflexion sur l'ingénierie touristique et le tourisme.

Les connaissances et les compétences attendues sont donc relatives à l'ingénierie du tourisme, aux méthodes et outils de gestion et de communication (notamment les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) avec des compétences linguistiques, au management interculturel, à l'environnement organisationnel (droit du travail, gestion des ressources humaines, contrôle de gestion et organisation).

La formation n'est pas dispensée en apprentissage. Des stagiaires en formation continue sont accueillis et suivent le cursus « normal », car ils sont principalement en congé individuel de formation ou en reconversion.

Une plateforme d'enseignement à distance est développée (Moodle) pour des disciplines de base et pour les langues (Tell me more). Une attention particulière est portée lors de la sélection des étudiants (niveau du TOEIC), aux outils permettant de développer les compétences linguistiques, dans les cours dispensés en anglais et dans les modalités d'évaluation. Le « e-learning » et le « blended learning » (utilisation de différentes approches à distance ou sur site, individuelle et collective) ont été développés afin de dégager du temps pour les stages et pour favoriser la formation tout au long de la vie.

Des dispositifs d'aide à la création d'entreprises et de capacité à travailler en équipe avec notamment le challenge « crash test » (épreuve finale, transversale et collective, dont le nom pose question d'ailleurs, devant un jury mixte composé d'universitaires et de praticiens).

La formation favorise l'acquisition de compétences préprofessionnelles par : la politique de stage obligatoire en M1 (quatre mois) et en M2 (six mois), dont l'un obligatoirement à l'étranger, les deux spécialités de professionnalisation, les ateliers d'insertion professionnelle, les séminaires spécialisés, les colloques et les rencontres régulières avec les professionnels.

Le master *Management du tourisme* est accessible aux étudiants qui sont issus d'une licence dans les domaines de l'économie, de la gestion, du management du tourisme, de la géographie et du tourisme, et développe des compétences managériales dans le domaine du tourisme.

La formation se situe dans un environnement en Ile-de-France dans lequel on trouve, pour l'enseignement supérieur en tourisme au niveau master, l'UPEMLV (Université Paris-Est Marne-la-Vallée, l'Université Paris 1 - Panthéons-Sorbonne - IREST (Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme), l'Université Sorbonne Nouvelles - Paris 3 (en co-habilitation avec l'Institut Catholique de Paris), l'UPEC (Université Paris-Est Créteil Val de Marne) (en apprentissage exclusivement). En effet, historiquement, elle porte l'identité et l'expertise de l'ex Institut Universitaire Professionnalisé (IUP) « Métiers du transport, de l'hôtellerie, du Tourisme et des Loisirs ». Sa position géographique, dans le cadre du cluster Tourisme du Val d'Europe où Disneyland est la première destination touristique intégrée d'Europe participe également de son identité et de son rayonnement. Elle se différencie enfin par les deux spécialités qu'elle développe, le tourisme d'affaires, et le tourisme et l'hôtellerie haut de gamme.

Le master a un rôle de leader dans l'association ASTRES (Association Tourisme, Recherche & Enseignement Supérieur). Il constitue également une composante forte du « Département tourisme » de l'IFIS (Institut Francilien d'Ingénierie des Services), structuré autour de deux autres types de diplômes : DNGIN et la licence Pro *Hôtellerie et tourisme*.

La formation est bien adossée aux milieux socioprofessionnels. Le cluster Tourisme du Val d'Europe est un lieu privilégié pour favoriser les échanges entre différents milieux, notamment les milieux universitaires et les milieux professionnels. Les praticiens font partie intégrante de la formation et sont impliqués également dans la sélection, l'animation, l'évaluation et l'accompagnement à l'insertion professionnelle.

Les liens pédagogiques avec d'autres établissements sont peu développés : une collaboration de recherche avec l'Université de Nice Sophia-Antipolis ; une collaboration avec l'UPEC au sein du PRES pour développer une offre complémentaire de formation.



Les seules relations internationales formelles sont la convention avec l'Université de Voronej en Russie pour le co-diplôme ; l'échange d'étudiants représente des flux faibles (depuis 2009, chaque année, cinq étudiants entrants et un à deux étudiants sortants), étant donné l'importance de l'internationalisation dans le domaine du tourisme.

Si des étudiants étrangers sont accueillis au sein de la formation, il n'est pas fait état de leur formation d'origine, ni des universités dont ils sont issus.

Les échanges internationaux prennent forme dans l'accueil d'étudiants étrangers (20 à 30 % en moyenne pour ces dernières années), dans les stages, dont l'un sur les deux ans se déroule obligatoirement à l'étranger. Le dossier ne présente pas de cartographie de ces flux.

L'analyse du devenir des diplômés est fournie par l'enquête de l'OFIPE (Observatoire des formations, des insertions professionnelles, évaluations) pour l'ensemble de la mention. A 30 mois, 92.9 % des diplômés en 2009 et 70.8 % des diplômés en 2008 (ayant répondu à l'enquête) sont dans la vie active, dont 84.6 % (30.8 % cadres) pour 2009 et 88.2 % (47.1 % cadres) pour 2008 en emploi stable, avec un salaire net mensuel de 1845 euros.

Cette enquête ne prend en considération que les étudiants français travaillant en France (ce qui limite l'investigation, car le secteur est très internationalisé) et ne prend pas en compte les avantages en nature fréquents dans le secteur du tourisme.

La composition de l'équipe pédagogique comprend cinq enseignants-chercheurs dans les champs de la géographie et de l'économie, deux professeurs agrégés (PRAG) dans le champ de la gestion, deux enseignants professionnels associés (PAST) et une dizaine d'intervenants vacataires spécialisés dans le domaine du tourisme. Les collectifs de travail, conseil d'orientation, conseil de formation, conseil de perfectionnement, créent de bonnes conditions d'interactivité et d'échanges.

Cette formation répond aux besoins d'un secteur en pleine évolution. Par son adossement au laboratoire LVMT (Laboratoire Ville Mobilité Transport), la composition de l'équipe pédagogique et ses relations avec l'environnement professionnel relatif à ce secteur, elle est construite de telle sorte que les étudiants développent des compétences qui leur permettent d'assurer des responsabilités évolutives dans le domaine du management du tourisme, en mettant l'accent sur deux domaines en expansion, l'hôtellerie haut de gamme et le tourisme d'affaire avec les congrès et l'événementiel qui s'y rapportent.

- Points forts :

- Le socle commun de compétences et la complémentarité des deux spécialités donnent une forte cohérence à la mention et favorisent l'insertion professionnelle des étudiants en offrant un spectre à la fois large et opérationnel de compétences.
- Le pilotage très proactif joue sur la synergie entre les spécificités des universitaires et des praticiens et bâtit une vision d'ensemble.
- Il existe une volonté de développer par des outils interactifs appuyés sur les NTIC la formation tout au long de la vie.

- Points faibles :

- Une absence de formalisation, ou de définition, de la stratégie d'internationalisation est constatée.
- Il manque des enseignements et des enseignants-chercheurs dans le domaine de la gestion ainsi qu'un adossement à la recherche dans ce domaine.
- Il manque des informations qualitatives sur l'insertion professionnelle des étudiants.

- Recommandations pour l'établissement :

Pour affirmer le caractère international de cette formation au management du tourisme, il serait intéressant de formaliser et de développer la stratégie internationale qui est revendiquée, et qui est de premier ordre dans le secteur du tourisme, en amorçant des partenariats de recherche, d'échanges et de co-diplômation avec des universités à l'étranger (actuellement un seul partenariat avec la Russie, Voronej) et des partenariats avec des entreprises ou institutions territoriales qui ont cette problématique d'internationalisation de leurs activités.

Afin de favoriser la professionnalisation et les connaissances académiques des étudiants dans le domaine du management et de la gestion, il serait intéressant de compléter les enseignements et l'équipe pédagogique dans le domaine des sciences de gestion (marketing territorial, marketing du luxe, gestion de la relation client) avec la présence d'enseignants-chercheurs en gestion.

Afin de donner une vision plus précise des débouchés professionnels et des types de missions, il serait intéressant d'affiner l'enquête du devenir des diplômés.



Le développement d'un dispositif en alternance demanderait à être étudié.



Evaluation par spécialité

Tourisme d'affaires, congrès et événementiel (TACE)

- Périimètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômés délocalisés) :

Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Campus du Val d'Europe, Serris

Etablissement(s) en co-habilitation(s) au niveau de la spécialité : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger :

Co-diplomation avec l'université d'Etat de Voronej (Russie)

- Présentation de la spécialité :

L'objectif de la spécialité est de former des managers capables d'assurer la conception, la réalisation, le management, la vente et l'audit d'activités ou de projets touristiques publics ou privés en relation avec le tourisme d'affaires, des congrès et de l'événementiel.

- Appréciation :

Cette spécialité répond à une demande du monde socio-économique de professionnalisation en tourisme d'affaires. La spécialisation des enseignements est tournée vers la géographie du tourisme et le pilotage, la vente et la commercialisation de prestations événementielles. L'équipe pédagogique, qui est présentée au niveau de la mention, propose une complémentarité entre des apports académiques, des fondamentaux relatifs à la compréhension du secteur et des apports pratiques. En France ou à l'étranger, les diplômés peuvent donc prendre des responsabilités au sein d'entreprises et organisations touristiques (agences événementielles, agences de voyages spécialisées, tours opérateurs, hôtels, parcs de loisirs, structures dédiées), d'institutions et d'organismes officiels (offices de tourisme, collectivités territoriales), de compagnies de transports (aérien, ferroviaire, autocariste) et de croisiéristes, de bureaux d'études et de conseil. Ils peuvent également aller vers des fonctions émergentes très importantes dans le domaine du tourisme et de l'événementiel (fonction achat, travel manager, community manager). Un conseil de perfectionnement et un conseil pédagogique sont réunis régulièrement. Le taux de sélection à l'entrée de la spécialité n'est pas connu.

- Points forts :

Les points forts de la spécialité sont liés à la structuration de la formation, à son contenu et à son pilotage :

- Elle apporte une professionnalisation assise solidement sur une compréhension du fonctionnement du secteur du tourisme.
- Elle forme à des outils indispensables pour prendre des responsabilités dans le domaine du tourisme d'affaires, dans la conception et l'organisation d'événements touristiques.
- Par le profil des étudiants sélectionnés et par la pédagogie mobilisée elle favorise les relations avec le monde du tourisme qui comprend de multiples facettes, culturelles, technologiques, économiques.

- Points faibles :

- Il manque des enseignements et des enseignants-chercheurs dans le domaine de la gestion ainsi qu'un adossement à la recherche dans ce domaine.
- La présentation de la spécialité ne précise pas suffisamment les réseaux internationaux dans lesquels elle évolue, et les objectifs qu'elle poursuit sur le plan international ainsi que l'attractivité.
- Le suivi du devenir des étudiants diplômés n'est précisé qu'au niveau de la mention.



- Recommandations pour l'établissement :

Afin d'asseoir son positionnement, la spécialité pourrait expliciter, et renforcer sa politique d'internationalisation en développant la co-diplomation.

Un adossement plus affirmé à la recherche en gestion avec, notamment, la présence d'enseignants-chercheurs dans ce domaine, permettrait de renforcer l'expertise en management du tourisme.

La question d'un dispositif en alternance mériterait d'être examinée.

Le suivi du devenir des étudiants pourrait être établi au niveau de la spécialité pour donner plus de visibilité à la réalité professionnelle de leur insertion.



Tourisme et hôtellerie haut de gamme

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômés délocalisés) :

Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Campus du Val d'Europe, Serris

Etablissement(s) en co-habilitation(s) au niveau de la spécialité : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

Co-diplomation avec l'université d'Etat de Voronej (Russie)

- Présentation de la spécialité :

L'objectif de la spécialité est de former des professionnels en mesure d'exercer des fonctions d'encadrement auprès des acteurs amont et aval de la chaîne de production en charge des activités de tourisme et d'hôtellerie haut de gamme : institutionnels, organisations professionnelles, acteurs territoriaux chargés de l'aménagement et de la promotion, prestataires directs, annexes et indirects.

- Appréciation :

Cette spécialité répond à une demande de professionnalisation dans le secteur du tourisme. Elle propose des enseignements centrés sur l'histoire et la géographie du marché haut de gamme, le patrimoine et le tourisme culturel, le marketing et la commercialisation et la logistique transport de produits hôteliers. Elle est pilotée par une équipe pédagogique, présentée au niveau de la mention, qui a conçu une complémentarité entre des apports académiques, des fondamentaux relatifs à la compréhension du secteur et des apports pratiques.

La formation n'est pas dispensée en apprentissage. Des supports d'enseignement à distance sont envisagés, non développés à l'heure actuelle.

La formation propose un parcours international avec une co-diplomation avec l'Université d'Etat de Voronej. Au moins, un des deux stages (M1 ou M2) doit être réalisé à l'étranger. La politique de stage, avec un stage à l'étranger obligatoirement sur les deux exigés, conduit à des échanges internationaux qui se renouvellent chaque année.

Un conseil de perfectionnement et un conseil pédagogique sont réunis.

- Points forts :

- Elle permet une professionnalisation par une compréhension du fonctionnement du secteur du tourisme et des besoins dans le domaine de l'hôtellerie haut-de-gamme.
- Elle forme les étudiants aux outils indispensables permettant de prendre des responsabilités dans le domaine du tourisme d'affaires et de l'hôtellerie haut-de-gamme ou dans les métiers de la conception et de l'organisation d'événements touristiques.
- Les relations avec le monde du tourisme qui comprend de multiples facettes, culturelles, technologiques, économiques sont favorisées.

- Points faibles :

- Il manque des enseignements et des enseignants-chercheurs dans le domaine de la gestion ainsi qu'un adossement à la recherche.
- La présentation de la spécialité ne précise pas suffisamment les réseaux internationaux dans lesquels elle évolue, et ses objectifs sur le plan international.
- La spécialité n'est pas développée en apprentissage et la formation continue occupe une place insuffisante par rapport aux besoins du secteur.
- Le suivi du devenir des étudiants diplômés n'est précisé qu'au niveau de la mention et les informations sur l'attractivité sont très succinctes.



- Recommandations pour l'établissement :

La spécialité pourrait expliciter, et renforcer, sa politique d'internationalisation en développant la co-diplomation et en nouant des partenariats avec des entreprises qui sont à l'international.

Un adossement plus affirmé à la recherche en gestion avec, notamment, la présence d'enseignants-chercheurs dans ce domaine (marketing par exemple), permettrait de renforcer l'expertise en management du tourisme.

Elle pourrait se déployer selon les modalités de l'alternance et développer la formation continue pour optimiser son expertise.

Le suivi du devenir des étudiants pourrait être établi au niveau de la spécialité.



Observations de l'établissement

Note d'accompagnement à la réponse de l'UPEM en date du 06 juin 2014

Éléments de réponse à l'AERES – Evaluation des formations

Les documents de l'évaluation par l'AERES, sur l'ensemble des formations pour lesquelles nous souhaitons une continuation dans le cadre de l'accréditation nous sont parvenus. Pour l'ensemble des rapports reçus et en dehors de réponses spécifiques par mention, il nous semble opportun d'apporter un certain nombre de remarques générales pour faire réponse à certaines objections récurrentes dans les analyses des experts.

En préambule de ces remarques, il est toutefois nécessaire de préciser le contexte dans lequel cette évaluation s'est menée. D'une part, il y a eu l'évolution du rôle de l'agence suite à la loi du 22 juillet 2013, et d'autre part, la variabilité des demandes quant à la constitution des dossiers à remettre ainsi qu'un certain flou engendré par la mise en place d'un nouveau mode d'évaluation de l'offre future (l'accréditation), conjoint à l'analyse *a posteriori*.

De ce fait, les composantes et les formations attachées ont été sollicitées à deux reprises, une première fois pour remplir un document très détaillé sur le bilan du contrat finissant et les données quantitatives sous-jacentes, puis une seconde fois pour dresser un bilan plus synthétique de la formation sur cette même période en y apportant des données complémentaires : par exemple le contenu des maquettes et la constitution des équipes pédagogiques.

Les documents remis à l'AERES ont donc été, pour chaque mention, une fiche bilan, un questionnaire quantitatif, un questionnaire qualitatif, et d'autres annexes si disponibles : fiche RNCP, ADD, conventions spécifiques. Pour chaque dossier déposé sur le site PELICAN, une fiche de synthèse, en en-tête du bilan, résumait l'ensemble des éléments du dossier. À la lecture des évaluations, il semblerait que certains des experts n'aient pas étudiés tous ces éléments.

De même, à la lecture des rapports des experts on note certains points préfigurant les attentes concernant la future offre. Par exemple : spécialisation progressive en licence, stage de pré-professionnalisation, etc. Si certaines formations étaient déjà dans cet esprit à l'UPEM, il est sans doute à ce stade prématuré de les évaluer sur ces points.

Sur la base des pièces fournies, l'agence a construit une expertise de laquelle ressort un ensemble de critiques communes à un grand nombre de formations. Ces observations méritent une réponse générale. Voici donc les points saillants et un début de réponse.

L'insertion professionnelle et le devenir des étudiants

L'UPEM a très tôt mis en place un observatoire de l'insertion professionnelle de ces étudiants, l'OFIPE, qui produit chaque année des données très précises sur l'insertion professionnelle des étudiants et sur leur devenir, sur un rythme qui correspond aux demandes ministérielles. Ces informations ont été jointes de façon systématique, or il s'avère que dans beaucoup d'évaluations, il est indiqué que ces données sont manquantes.

Une explication pourrait être que les données fournies sont les évaluations à 30 mois et ne permettent pas d'avoir des données récentes, mais, malheureusement ce choix ne relève pas de l'établissement. Si certaines formations ont complété les données à caractère officiel par d'autres éléments, la vice-présidence enseignements et professionnalisation (VPEP) a choisi de diffuser les informations chiffrées, collectées par l'OFIPE, correspondant aux critères ministériels.

La tenue de conseils de perfectionnements

Dans notre université, la moitié de nos formations sont ouvertes à l'apprentissage et un peu plus d'1/5 de nos effectifs sont des apprentis. Que les groupes soient constitués uniquement d'apprentis ou non, les CFA sont généralement organisateurs des conseils de perfectionnement, ce qui explique qu'ils ne soient pas mis en place directement par les formations.

Relations formations / entreprise

Comme pour le point précédent, les CFA sont une porte privilégiée pour les relations avec les entreprises. Dans de nombreuses formations, ils viennent en appui des responsables de composantes et de formation pour établir des liens avec le monde professionnel. Ceci n'apparaît pas forcément dans les bilans des formations. Une présentation générale du rôle des CFA aurait probablement dû être fournie.

Certification C2I

Il est fréquemment indiqué une faiblesse de certification C2I dans nos formations.

Les certifications C2I sont actuellement en plein développement et à ce jour la presque totalité des premiers cycles est concernée (IUT compris). Mieux, l'établissement est depuis cette année habilité à délivrer le C2I2e et réfléchit à ouvrir la certification de niveau deux à d'autres spécialités (nous envisageons la certification C2I2 ForCom).

Enseignement des langues

Tout d'abord, il est important de rappeler que notre université comme de nombreux établissements est en difficulté pour trouver des enseignants de langue, notamment des anglicistes, pour assurer des enseignements. En particulier, compte tenu des volumes très importants qu'il est nécessaire d'assurer, il est difficile de trouver des personnes pouvant accéder au statut de vacataire dans ces disciplines. Ce point a d'ailleurs donné lieu à une remarque de la cour des comptes lors de l'audit de notre établissement, ce qui a amené à une gestion encore plus rigoureuse de cette question.

Pour autant, l'établissement a cherché à contourner ce problème et à diversifier les modes d'accès à l'apprentissage des langues en développant un accès massif à la plate forme « Tell Me More ». Cet accès permet aux usagers de pratiquer l'anglais (mais il existe d'autres langues accessibles) soit seuls soit accompagnés par un enseignant.

Internationalisation

Là encore, l'apprentissage est un facteur discriminant pour accéder à la mobilité. La seule voie pour internationaliser les parcours est dans ce cadre, le voyage d'étude, difficile à mettre en œuvre (moyens financiers, rythme de l'alternance) même si certaines formations ont pu y parvenir.

Dans un même temps, l'équipe de la VPEP, et les services concernés, développent de nouveaux partenariats internationaux en essayant de mettre la mobilité étudiante en avant.

Evaluation des enseignements et des formations

La lecture des rapports montre un déficit concernant l'évaluation des enseignements. A ce jour, plusieurs expérimentations ont été menées, de façon variable et l'équipe de direction est en réflexion sur les axes possibles pour développer une politique globale concernant ces évaluations (choix des outils, modes d'exploitation ...).

Ouverture des formations à la VAE

Il est indiqué à de nombreux endroits l'absence de VAE sur certains diplômes. Il faut malgré tout noter que l'ensemble de notre offre de formation est ouverte à la VAE. Certains diplômes étant plus difficiles à obtenir par ce biais, il est souvent proposé aux candidats sur ces derniers une reprise d'étude (éventuellement via une VAP) assortie le cas échéant d'une VAE partielle.

Observations à l'évaluation de l'AERES concernant la mention de master:

Management du tourisme

I. Evaluation de la mention

Remarque : les liens pédagogiques avec d'autres établissements sont peu développés

Réponse : Les liens se développent via l'association Astres (association-astres.fr) qui regroupe les principales universités françaises qui délivrent des diplômes et qui mènent des recherches sur le champ interdisciplinaire du tourisme. Dans ce cadre nous avons co-organisé une journée de rencontre avec des professionnels et des colloques internationaux. Nos deux spécialités étant très pointues, les coopérations portent sur le tourisme, sur les pratiques touristiques liées au tourisme d'affaires et au Luxe et sur les mobilités affaires et luxe dans le cadre des séminaires du laboratoire.

Remarque : les relations internationales formelles sont faibles en dehors du Double-Diplôme russe :

Réponse : Nous recrutons des étudiants ayant déjà séjournés à l'étranger dans le cadre de leur cursus de Licence et souvent sous l'habillage du programme de mobilité européenne Erasmus, Crepuq (Canada) ou Micefa (USA). De ce fait et de manière complémentaire, l'internationalisation dans le master est incitée au niveau de la réalisation de stages longs à l'international en Europe et de plus en plus hors d'Europe. Les stages se sont déroulés et se déroulent dans les pays suivants (hors France métropolitaine – liste non exhaustive – classement alphabétique) :

- UE : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, Hongrie, Italie, Portugal, RU (Angleterre, Ecosse), Suède.
- Europe hors UE : Islande, Russie, Suisse.
- Amériques : USA, Canada, Bolivie, Chili, Costa Rica, Mexique, Pérou.
- Asie : Chine, Inde, Indonésie (Bali), Hong-Kong, Laos, Népal, Sri Lanka, Thaïlande, Vietnam.
- Iles : Australie, Corse, Guadeloupe, Madagascar, Maldives, Martinique, Nouvelle-Zélande, Réunion, Seychelles, Tahiti (Bora Bora).

Il y a trois types d'étudiants étrangers qui intègrent le Master :

1. Les étudiants en provenance de Voronej dans le cadre du double-diplôme. Ils ont suivi des cours intensifs en français en parallèle de leurs études académiques en économie et en relations internationales (niveau Bakalav – bac+5). Ils sont présélectionnés par nos collègues russes avec lesquels nous travaillons en étroite collaboration.
2. Les étudiants en provenance d'un établissement partenaire Erasmus (Madrid complutense, Malaga, Alicante). Ils ne font pas l'objet de sélection particulière de notre part et entrent en M1.
3. Les étudiants qui candidatent hors accord institutionnel. Se sont les plus nombreux. Ils répondent aux mêmes critères de sélection que les étudiants français. Certains bénéficient d'une bourse du gouvernement français et l'admissibilité se fait, dans ce cas, avec l'aide des représentations consulaires françaises des pays émetteurs en particulier pour valider le niveau de langue. Ces trois dernières années nous avons recrutés des étudiants en provenance (liste non exhaustive – classement alphabétique) :
 - a. Hors EU : Algérie, Chine, Etats-Unis, Iran, Maroc, Moldavie, Népal, Ouzbékistan, Pakistan, Russie (hors DD), Tadjikistan, Tunisie, Ukraine, Venezuela, Vietnam.
 - b. EU hors mobilité Erasmus : Allemagne, Bulgarie, Espagne, Hongrie, Italie.

En fait, l'essentiel de notre dimension internationale se fait hors accord-cadre institutionnel. Cependant, dans les années à venir, notre stratégie internationale visera le renforcement de liens académiques (enseignement et recherche) avec des partenaires européens dans le cadre du programme Erasmus +. Nous venons de participer à l'élargissement d'un programme Erasmus intitulé « Slest 2.0 » (www.slest-tourism.org et www.slest2-0.eu) avec notamment, le RU, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Turquie dont l'objet est de proposer des matériaux pédagogiques en e-learning dans le domaine des langues dans le tourisme et de l'hospitalité. Ce projet devrait bénéficier d'un financement Erasmus +.

Remarque : Absence d'enseignant-chercheur en gestion

Réponse : Une MCF en gestion, membre du laboratoire IRG commun à l'UPEC et l'UPEM, récemment recrutée vient de rejoindre notre équipe et de ce fait renforcera les enseignements en gestion et leur adossement à la recherche.

Remarque : L'insertion professionnelle des étudiants n'est pas suivie

Réponse : L'UPEM a très tôt mis en place un observatoire de l'insertion professionnelle de ces étudiants, l'OFIPE, qui produit chaque année des données très précises sur l'insertion professionnelle des étudiants et sur leur devenir, sur un rythme qui correspond aux demandes ministérielles. Les données fournies sont les évaluations à 30 mois et ne permettent pas d'avoir des données récentes, mais, malheureusement ce choix ne relève pas de l'établissement. Il correspond aux critères ministériels.

L'OFIPE est loin de rendre compte de la situation professionnelle de nos étudiants en particulier des étudiants étrangers et de ceux qui sont ou se sont expatriés. L'association des anciens BYN (Boost Your Network) a pour mission depuis cette année de rétablir les ponts avec les anciens et d'établir un annuaire des anciens (mise à jour annuelle) afin de pouvoir avoir un aperçu exhaustif de leur devenir professionnel.

II. Evaluation de la spécialité TACE (Tourisme d'affaires, congrès, évènementiel)

Remarque : Faible adossement du TACE à la recherche

Réponse : Le tourisme d'affaires est un segment étroit du tourisme et il est peu réaliste de vouloir adosser les enseignements de cette spécialité à la recherche en tourisme d'affaires. En revanche il est adossé à la recherche en tourisme avec focus sur le segment. Par ailleurs, un séminaire de recherche (M2) est consacré à la spécialité TACE. Il vise à aider les étudiants à obtenir des éléments de discours sur la compréhension des contours d'un segment en constante évolution, à interroger la durabilité et à questionner les impacts pour un territoire du développement du tourisme d'affaires et de l'évènementiel public et privé (pertinence d'accueillir des grands évènements sportifs, culturels, etc.). Il est à signaler que les responsables du master publient sur le sujet :

- FABRY N. et ZEGHNI S. (2014), « Peut-on faire des rencontres et évènements professionnels en tout lieu? Le cas de la destination Disneyland Paris », in Fabry N., Picon-Lefebvre V., Pradel B. (ed.), *Narrations touristiques et transformations urbaines, Paris, L'œil d'Or, Col. Critiques & Cités*. à paraître courant 2014.
- CRISTOFLE S., FABRY N. & MORSCHL J.M. (2013), Le tourisme de réunion et de congrès : Paris, une métropole en compétition, in Gravari-Barbas M. et Fagnoni E. (éd.), *Métropolisation et Tourisme*, Paris, Belin.
- FABRY N. (2012), Les festivals, enjeux économiques et touristiques, *Juristourisme*, n°138, mai.
- FABRY N. (2009), « Clusters de tourisme et compétitivité des acteurs : une solution pour conforter le tourisme d'affaires et évènementiel parisien ? », in LEMASSON P. et VIOLLET Ph. (éd.), *Destinations et Territoires*, vol. 1 *Coprésence à l'œuvre*, Québec et Montréal, Editions Téoros et Presses de l'Université du Québec.

Remarque : Absence de co-diplomation :

Réponse : Le double-diplôme avec Voronej concerne la spécialité TACE. Une politique de co-diplomation qui viserait uniquement la spécialité nous semble impossible à mettre en place pour deux raisons essentielles. Premièrement, le choix des partenaires internationaux est réduit car il y a très peu d'universités qui offrent une telle spécialisation en Master (beaucoup d'écoles de commerce sont en revanche sur le créneau). Deuxièmement, les universités qui le font sont nord-américaines ou suisses et sortent du cadre de l'UE. Quel modèle économique pour financer les mobilités avec ces universités ? Quelle soutenabilité financière ? Pour quelle valeur-ajoutée ? La co-diplomation n'est pas une issue soutenable du moins à court terme.

Remarque : La stratégie internationale n'est pas explicite

Réponse : L'international est l'ADN du tourisme donc des formations en tourisme et du TACE en particulier. Précisons donc quatre points :

1. La stratégie internationale de la spécialité ne déroge pas à la règle de celle du Master en général pour le recrutement des étudiants.
2. La spécialité TACE est soutenue par l'association MPI (Meeting Professional International - <http://www.mpiweb.org>) qui est LA référence des professionnels dans le monde et qui comprend un volant universités et recherches appliquées. Pour le Master, avoir le support de cette association vaut label. Nos étudiants deviennent membre dès le M1, et accèdent à un réseau international dynamique et dense qui leur ouvre l'accès aux conférences, webinars, cafés-MPI (rencontres avec les professionnels), salons, offres de stages, emplois, mise en réseau avec d'autres universités et écoles, etc.
3. Les cours de spécialisation et les conférences professionnelles sont donnés en anglais. La plupart des textes académiques étudiés en séminaire sont en anglais.
4. Le rythme de la formation est organisé de manière à permettre une mobilité internationale de 6 mois en M2 (cours de septembre à décembre et 6 mois de stage à partir de janvier). Beaucoup d'étudiants

partent à l'étranger ou bien réalisent des missions à l'international dans le cadre de leur stage dans des entreprises et structures françaises.

Remarque : Pas de suivi des étudiants par spécialité

Réponse : L'OFIPE est loin de rendre compte de la situation professionnelle de nos étudiants en particulier des étudiants étrangers et de ceux qui sont ou se sont expatriés. L'association des anciens BYN (Boost Your Network) a pour mission depuis cette année de rétablir les ponts avec les anciens et d'établir un annuaire des anciens par spécialité (mise à jour annuelle) afin de pouvoir avoir un aperçu exhaustif de leur devenir professionnel.

A titre d'illustration, voici quelques placements professionnels d'étudiants du TACE de ces dernières années :

<i>Secteur</i>	<i>Fonction</i>
Hôtellerie	Responsable des Relations Entreprises et Institutionnels, UMIH FORMATION Directrice Executive WIP – agence de réservation hôtelière Coordinatrice événements et formation groupe hôtelier BEST WESTERN France
Agences	Responsable Grands comptes BOOKING.COM Chef de projets LE MONDE EN DIRECT – agence tourisme d'affaires Chargée de Projets, EDENRED / ACCENTIV TRAVEL Conseiller Voyage Pacifique, VOYAGEURS DU MONDE Chef de projets MCI – organisateur professionnel de Congrès CANADA Chef de projets PROSKE I group GmbH - ALLEMAGNE Chef de projet événementiel LIVE ! by GL EVENTS Chef de projets agence ED' JO – agence événementiel Luxe Chef de projets SEMINAIRE.COM – agence venue finder Responsable technique et logistique agence organisateur de salon TARSUS France Responsable Communication, COMEXPOSIUM Responsable de salon REED TRAVEL EXHIBITIONS Responsable service exposants REED TRAVEL EXHIBITIONS Responsable études et sondages Agence de conseil MKG – Hospitality Directrice associé MIRO&CO – agence d'organisation d'événements privés
Office de tourisme	Directrice Office de tourisme de Guebwiller et des Pays du Florival
Prestataires	Directrice associée VINO CADO – événementiel œnologique Responsable Marketing DUBAI BIG BUS TOURS – EMIRATS ARABES UNIS Assistante congrès LILLE GRAND PALAIS Chef projets TEAM.RESA – applications de gestion CRM dans l'événementiel
Annonces	Assistante marketing FERRING PHARMACEUTICALS Responsable événementiel COCA COLA entreprises Chargé de voyages UBISOFT Responsable publicité et sponsoring VOLSWAGEN Responsable publicité Magazine Air France – GROUPE LAGARDERE Chargée de communication globale SONY FRANCE

III. Evaluation de la spécialité T2HG (Tourisme et Hôtellerie Haut de Gamme)

Remarque : la formation n'est pas développée en apprentissage et la FC occupe une place insuffisante

Réponse : Le fait de ne pas faire d'apprentissage mais de faire une alternance entre enseignements à l'université et séquences professionnelles longues (4 mois en M1 et 6 mois en M2) a été murement réfléchi avec les professionnels et les étudiants. L'internationalisation par le stage long est notre élément de différenciation et la valeur-ajoutée de la formation.

Nous accueillons tous les ans des personnes en Formation continue. Le faible nombre (3 par an) n'est pas de notre fait mais de celui des financeurs qui n'accordent pas de priorité aux candidats souhaitant préparer le Master (M2).

Remarque : Pas de suivi des étudiants par spécialité

Réponse : L'OFIPE est loin de rendre compte de la situation professionnelle de nos étudiants en particulier des étudiants étrangers et de ceux qui sont ou se sont expatriés. L'association des anciens BYN (Boost Your Network) a pour mission depuis cette année de rétablir les ponts avec les anciens et d'établir un annuaire des anciens par spécialité (mise à jour annuelle) afin de pouvoir avoir un aperçu exhaustif de leur devenir professionnel.

Depuis plusieurs années la réputation de la formation T2HG n'a fait qu'accroître auprès des grands groupes hôteliers internationaux, les mettant dorénavant en concurrence avec les écoles hôtelières de renom (Lausanne, Nyons, Vatel) ou les écoles de commerce de type ESC.

Si aujourd'hui seulement un tiers de nos étudiants partent faire leur stage à l'étranger, nous remarquons néanmoins que tous les services de l'hôtellerie haut de gamme et de luxe sont présents dans les stages puis dans les embauches.

Avec une prépondérance au sein du Service « Front Office » pour 35 %, nous trouvons ensuite les départements « Sales & Marketing » pour 25%, les « Guest Relations » pour 15%, et à parts égales pour le reste entre le « Food & Beverage », les Ressources humaines et le service d'étage (Butler ou Gouvernante).

En ce qui concerne les étudiants étrangers, leurs stages et emplois dépendent beaucoup de leur nationalité. Les russes sont rapidement et exclusivement recrutés pour des postes à l'accueil (front office & Guest relations) compte tenu de l'augmentation de la clientèle russe dans les établissements 4*et 5*et des besoins en langues et en attentes de clientèle.

Les autres étudiants étrangers se trouvent repartis dans les services d'étage (Gouvernante ou Butler) ou dans les actions commerciales. A noter que nous comptons aussi quelques étudiants qui ont continué dans les services comptables et RH dans des groupes comme Hyatt.

Concernant les embauches à la fin des stages de fin d'études, plusieurs de nos diplômés ont signé des contrats de travail avec le groupe Lucien Barriere (Fouquet's Barriere & Majestic), Accor (Sofitel et Novotel), Taj (groupe hôtelier de luxe indien), Hôtels & Préférence (Commercial & Banquets & séminaires) et Châteaux et Hôtels Collections pour les réseaux indépendants d'hôtels de charme ou encore Marriott et Starwood.

Il serait effectivement très important que le réseau BYN puisse devenir une vraie association d'anciens élèves qui pourrait à la fois suivre les diplômés en les recensant dès leur sortie pour ensuite créer un véritable canal de stages et d'emplois à terme car ce secteur d'activité est très corporatif.

Remarque : Faible adossement du T2HG à la recherche

Réponse : Le T2HG est un segment étroit du tourisme et il est peu réaliste de vouloir adosser les enseignements de cette spécialité à la recherche en tourisme et hôtellerie haut de gamme. En revanche il est adossé à la recherche en tourisme avec focus sur le segment. Par ailleurs, un séminaire de recherche (M2) est consacré à la spécialité T2HG. Il vise à aider les étudiants à obtenir des éléments de discours sur la compréhension des contours d'un segment en constante évolution, à interroger la durabilité et à questionner les impacts pour un territoire du développement du tourisme haut de gamme et de luxe. Il est à signaler que les responsables du master publient sur le lien gastronomie et tourisme et sont engagés depuis peu dans la réflexion sur le lancement de la Cité de la Gastronomie à Rungis et de ses impacts sur l'attractivité touristique dans le cadre d'une réflexion en cours de finalisation entre le Laboratoire LVMT et l'EPA ORSA en charge du projet.

Remarque : La stratégie internationale n'est pas explicite

Réponse : L'international est l'ADN du tourisme donc des formations en tourisme et du T2HG en particulier. Précisons donc 5 points :

1. La stratégie internationale de la spécialité ne déroge pas à la règle de celle du Master en général pour le recrutement des étudiants.
2. Le rythme de la formation est organisé de manière à permettre une mobilité internationale de 6 mois en M2 (cours de septembre à décembre et 6 mois de stage à partir de janvier). Beaucoup d'étudiants partent à l'étranger ou bien réalisent des missions à l'international dans le cadre de leur stage dans des entreprises et structures françaises.
3. Des partenariats avec des groupes hôteliers comme ACCOR (pour l'hôtellerie haut de gamme à l'international) et LUCIEN BARRIERE (pour l'hôtellerie de luxe) devraient pouvoir être mis en place prochainement pour faciliter les stages et emplois en fin d'études.
4. Des missions d'études confiées aux étudiants pour le compte de réseaux d'hôteliers indépendants seront mises en place prochainement (Best Western, Design Hôtels, Hotels & Preference, Preferred Hotels, Splendia ...).
5. Des présences ciblées et qualitatives à certains salons et workshop professionnels (ILTM à Cannes, Pure à Marrakech, ...) pour les étudiants ayant déjà une bonne expérience en hôtellerie HG et luxe.

Conclusion

La nouvelle accréditation est l'occasion de renforcer les points forts du Master Management du Tourisme et de lever quelques interrogations quant à l'ancrage « gestion » du Master et à sa stratégie internationale.

1. Le master sera abrité sous la Mention interdisciplinaire « TOURISME »
2. Le tourisme, pour tenir compte de l'importance de la gestion et des enjeux interdisciplinaires du secteur du tourisme, sera enseigné par projet et valorisera les compétences pluridisciplinaires. La gestion de projet sera un élément important tout comme la compréhension de l'environnement socio-économique international et technologique.
3. Pour répondre à l'enjeu que représentent le tourisme et les mobilités pour les territoires, un troisième parcours sera introduit « Destination management ». Ce parcours sera fortement adossé à la recherche et entrera plus aisément dans le circuit des accords internationaux car les universités qui proposent cette spécialisation sont plus nombreuses.

4. Notre ancrage international restera basé sur les stages longs avec mobilités internationales et la pratique des langues dont l'anglais. Les enseignements du Master seront plus nombreux à être donnés en anglais.
5. La stratégie internationale passe également par l'accueil de publics étrangers.
 - a. Nous maintiendrons notre cap de recrutement d'étudiants étrangers par les mêmes voies (DD, Erasmus) mais surtout les candidatures individuelles pour lesquelles nous pouvons garder la main en terme de recrutement.
 - b. Nous développerons, avec le support du cluster de Tourisme du Val d'Europe et le service des Relations internationales de l'UPEM, des sessions intensives de type « Summer schools » pour renforcer l'attractivité du territoire et contribuer à asseoir le rayonnement international de notre Université.

Gilles ROUSSEL
Président
Université Paris-Est Marne-la-Vallée

