



HAL
open science

Master Management du tourisme

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'un master. Master Management du tourisme. 2009, Université Paris-Est Marne-La-Vallée - UPEM. hceres-02040372

HAL Id: hceres-02040372

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02040372v1>

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.



Evaluation des diplômes Masters – Vague D

ACADÉMIE : CRETEIL

Établissement : Université Paris-Est Marne-la-Vallée

Demande n° S3100016978

Domaine : Droit Economie Gestion

Mention : Management du tourisme

Avis Aeres

Appréciation (A+, A, B ou C) : B

Avis global : (sur la mention et l'offre de formation)

Les débouchés semblent réels et l'excellent niveau des diplômés en langues étrangères est un atout (rappelons que la maîtrise de l'anglais est exigée à l'entrée du master). On peut toutefois s'interroger sur le niveau en économie et gestion à ce même stade.

Les relations internationales semblent très bonnes, on note la délivrance d'un double master avec des universités étrangères.

La mention est dirigée par un MCF HC Section 05. L'équipe pédagogique est faible : la proportion de Past et de Prag est élevée, et il manque de PR, de MCF et d'enseignants-chercheurs de section 06.

L'adossement à la recherche en Management est très faible et la formation à la recherche est faible.

En M2, la part de tronc commun devrait être réduite afin de renforcer les aspects spécifiques des spécialités. De plus, les enseignements de management et de marketing relationnel sont à renforcer dans les spécialités du M2.

Des partenariats avec des entreprises plus orientées vers le management sont à développer.

Les flux sont corrects, la mention a une bonne attractivité, et l'insertion est bonne d'après les données communiquées.

● Points forts :

- Très bonne ouverture internationale, avec délivrance d'un double master avec des universités étrangères.
- Les débouchés semblent réels et l'excellent niveau des diplômés en langues étrangères est un atout évident.

● Points faibles :

- Faiblesse de l'équipe pédagogique.
- Faible adossement à la recherche.

Avis par spécialité

Tourisme d'Affaires, Congrès et Évènementiel (TACE)

- Appréciation (A+, A, B ou C) : B
- Points forts :
 - Bonne ouverture internationale.
 - Débouchés réels.
- Points faibles :
 - Insuffisance des enseignements spécifiques à l'intitulé de la spécialité.
 - Faible adossement à la recherche.
- Recommandation :
 - La part de tronc commun devrait être réduite afin de renforcer les aspects spécifiques à cette spécialité en termes de management, communication, vente et marketing.

Tourisme et Hôtellerie Haut de Gamme (T2HG)

- Appréciation (A+, A, B ou C) : B
- Points forts :
 - Bonne ouverture internationale.
 - Débouchés réels.
 - Excellent niveau des diplômés en langues étrangères.
- Points faibles :
 - Insuffisance des enseignements spécifiques à l'intitulé de la spécialité.
 - Faible adossement à la recherche.
- Recommandation :
 - La part de tronc commun devrait être réduite afin de renforcer les aspects spécifiques à cette spécialité en termes de communication, de psycho-sociologie des clientèles du tourisme et de l'hôtellerie haut de gamme, marketing relationnel.

Commentaire et recommandations

Ce master est le résultat de la fusion assez réussie de certains éléments de l'IUP et du DESS en management du tourisme d'affaires. La maîtrise de l'anglais est exigée à l'entrée de ce master et de nombreux enseignements sont dispensés dans cette langue, ce qui est un réel atout pour les diplômés.

En M2, la part de tronc commun devrait être réduite afin de renforcer les aspects spécifiques à chacune des spécialités. Ces aspects correspondent souvent aux dimensions managériales, commerciales et marketing qu'il conviendrait de renforcer. Dans cette même perspective, l'équipe pédagogique devrait aussi être renforcée par la présence d'enseignants-chercheurs de la section 06 (sciences de gestion).

De même, l'adossement à la recherche de ce master en «Management du Tourisme» devrait être renforcé par le développement de liens et de partenariats orientés vers des laboratoires et équipes de recherche en management.