



**Programme pédagogique**

**Mastère Tourisme**

Années 2022-2024



<b>Formation</b>	<b>Mastère Tourisme</b>
<b>Années de formation</b>	Mastère 1 et 2
<b>Prérequis d'admission</b>	Niveau bac +3 en tourisme, communication et/ou marketing
<b>Évaluation diagnostic et pronostic des apprenants</b>	Étude et validation de la candidature en ligne de l'apprenant. Étude et validation de l'admission de l'apprenant par entretien individuel avec les chargés d'admissions du campus
<b>Sites délivrant la formation</b>	Aix-en-Provence Angers Nantes Rennes Toulouse
<b>Diffusion du document</b>	<b>Interne et externe :</b> Siège Campus Academy Équipe encadrante des campus Apprenants Commanditaires et Opérateurs de compétences Intervenants professionnels Entreprises DREETS, Pôle emploi, etc.



Table des matières

<b>1. DEMARCHE PÉDAGOGIQUE CAMPUS ACADEMY.....</b>	<b>5</b>
1.1. Une constante évolution du monde professionnel.....	5
1.2. Apprentissage par l'expérience, le social et la formation .....	5
1.3. Expertise et individualisation .....	5
1.4. Professionnalisation, savoir-faire et savoir-être : hard skills & soft skills .....	5
1.5. Transversalité : apprendre par l'expérience et la collaboration inter filière et intergénérationnelle.....	6
1.6. Personnalisation du parcours .....	6
1.7. International et Anglais.....	7
<b>2. NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES.....</b>	<b>7</b>
<b>3. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION.....</b>	<b>8</b>
<b>4. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE LA FORMATION .....</b>	<b>9</b>
<b>5. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, METHODES ET TECHNIQUES.....</b>	<b>13</b>
5.1. Parcours et modalités.....	13
5.2. Méthode active, expérientielle et pédagogie inversée.....	13
5.3. Techniques pédagogiques .....	13
5.4. Moyens pédagogiques.....	14
<b>6. MODALITÉS DE SUIVI &amp; D'ÉVALUATION DES PROGRÈS.....</b>	<b>14</b>
<b>7. MODALITÉS D'ÉVALUATION DU DISPOSITIF DE FORMATION.....</b>	<b>15</b>
<b>8. SANCTION DE LA FORMATION.....</b>	<b>15</b>



## Préambule

Ce document traduit de façon concrète la promesse pédagogique faite à nos étudiants lors de l'inscription. Il est impératif que cette promesse initiale se décline concrètement dans nos méthodes pédagogiques.

Pour rappel la promesse pédagogique est la suivante :

- la pratique de méthodes innovantes
- la co-construction avec les étudiants, les intervenants, les professionnels et les équipes campus
- l'individualisation des parcours
- l'accompagnement individuel vers la réussite
- l'expertise et l'excellence
- le mode projet
- la pédagogie inversée
- le recours à des cas réels et non à de classiques TP ou partiels
- l'intervention d'intervenants professionnels
- la dispense de cours de matières en anglais.

Tous les programmes de formation sont élaborés avec des Boards de professionnels des différentes filières. Ces programmes sont revus d'une année sur l'autre de manière à adapter nos formations aux publics, aux attentes des différentes parties prenantes, des évolutions métier et des nouvelles technologies.

Au vu de l'évolution sanitaire, des retours sur expériences terrain de formation à distance et du développement de Campus Academy au national, il est impératif que nous implémentions de la formation à distance afin d'être les plus agiles possibles tout en maintenant une qualité de formation homogène sur les campus. Un certain nombre de modules seront donc délivrés en distanciel.



## 1. DEMARCHE PÉDAGOGIQUE CAMPUS ACADEMY

### 1.1. Une constante évolution du monde professionnel

Campus Academy construit ses programmes de formation et sa pédagogie en s'appuyant sur les besoins des entreprises, l'expertise des professionnels par secteur d'activité en fonction des formations, l'évolution des générations d'apprenants et celle des nouvelles technologies. Tous nos programmes sont « revus » d'une année sur l'autre pour nous assurer d'une pertinence et d'une agilité de formation.

### 1.2. Apprentissage par l'expérience, le social et la formation

En partant du constat que tout ce que nous apprenons, nous l'apprenons à 70% par l'expérience, 20% par le social, le collaboratif et 10% seulement en théorie par la formation, notre choix pédagogique est d'intégrer des mises en situation professionnelle au sein du campus, pour favoriser l'apprentissage par l'expérience et ainsi optimiser l'apprentissage en temps de formation. L'apprenant est amené à adopter une posture de professionnel au sein du campus et se positionner en tant qu'acteur de son apprentissage et non comme consommateur d'un produit de formation passif. Si c'est à l'apprenant de développer toutes les compétences pour atteindre ses objectifs personnels, Campus Academy met en place un cadre favorable à l'apprentissage.

### 1.3. Expertise et individualisation

Nous visons le développement de savoir-faire métier de tous nos apprenants. L'expertise s'acquiert par la pratique, l'expérience, la prise de recul sur les expériences vécues et leur analyse pour pouvoir modifier ses comportements, ses méthodes afin de devenir de plus en plus pertinents et performants. Il va de soi que pour devenir expert dans un domaine, c'est l'expérience qui fera la différence et la capacité de chacun à apprendre et s'imprégner d'un domaine spécifique. La préparation d'un mémoire orienté sur les pratiques professionnelles et les technologies-langages en vogue permet à chaque apprenant de développer un domaine d'expertise en lien avec ses appétences et son projet professionnel. Des masterclass avec des experts métier permettront aussi de confronter les points de vue apprenants et experts terrain pour favoriser l'approfondissement de l'apprentissage.

### 1.4. Professionnalisation, savoir-faire et savoir-être : hard skills & soft skills

En ce sens, nous visons le développement de hard skills : compétences techniques par formation, et année de formation en lien avec les besoins des entreprises et l'évolution des technologies.

Nous accordons aussi une importance aux soft skills, compétences comportementales pour tous nos apprenants. Les mises en situations professionnelles au sein du campus vont ainsi permettre de réinvestir tout ce qui est appris dans le cadre des modules de formation pour développer de l'expérience, situation favorisant l'apprentissage et l'implication des apprenants.



Les 10 compétences comportementales les plus attendues par les employeurs <sup>1</sup> sont les suivantes :

1. **Capacité à s'organiser, prioriser les tâches (98 %)**
2. **Capacité d'adaptation (94 %)**
3. **Autonomie (93 %)**
4. Sens des responsabilités / fiabilité (93 %)
5. Travail en équipe (90 %)
6. Connaissance et respect des règles (84 %)
7. Capacité à actualiser ses connaissances (83 %)
8. Sens de la relation client (72 %)
9. Capacité d'initiative / créativité (69 %)
10. Capacité à travailler sous pression et à gérer le stress (62 %)

Cette liste est non exhaustive et les capacités comportementales dépendent également de chaque profil d'apprenants. Nous attendons néanmoins de tous nos apprenants un comportement professionnel, de la bienveillance et une ouverture d'esprit au sein du campus. Le savoir-être fait aussi partie de l'apprentissage et la vie de campus est un cadre d'opportunités à saisir pour les apprenants.

#### 1.5. Transversalité : apprendre par l'expérience et la collaboration inter filière et intergénérationnelle

Le dispositif pédagogique est conçu pour favoriser la collaboration en situation professionnelle des apprenants : inter promotion, inter filière et année de formation. L'objectif est de créer un écosystème dynamique d'apprentissage au plus près de la réalité d'une entreprise. Apprendre par l'échange humain, le partage de connaissances, le social fait partie de nos choix pédagogiques pour favoriser l'apprentissage et développer les capacités d'adaptation de chaque apprenant ainsi que des capacités de vulgarisation de leurs compétences techniques pour permettre une communication plus fluide.

#### 1.6. Personnalisation du parcours

Chaque apprenant a la possibilité de personnaliser sa formation afin de préparer au mieux son orientation professionnelle.

Pour tous les apprenants, la personnalisation du parcours se fait par le biais des composantes suivantes :

- **e-learning** : accès libre aux ressources en ligne pédagogiques LinkedIn Learning dans tous les domaines de compétences (Design, Informatique, 3D, Management, Marketing, etc.). Il importe que l'ensemble des équipes, et notamment les intervenants se réfèrent directement à ses ressources. Toutefois, LinkedIn Learning ne doit pas se substituer à un cours mais doit permettre d'acquérir les prérequis nécessaires ou de pousser plus avant l'apprentissage.
- **module Projets tutorés** : mise en situation professionnelle pour mener à bien un projet réel (création d'entreprise, réponse à un besoin réel d'entreprise ou d'association, concept innovant monétisable, préparation de certification constructeur, etc.).

Dans le cadre d'une démarche motivée, en complément du cadre académique obligatoire, l'apprenant pourra, s'il le souhaite, opter pour différentes opportunités pédagogiques complémentaires :

- présentation de certifications constructeur
- renforcement de l'anglais en elearning (Gynglish)
- cours d'anglais optionnel en distanciel / présentiel en groupe de niveau.

---

<sup>1</sup> Source : Pôle Emploi



## 1.7. International et Anglais

Le choix pédagogique est d'aller au-delà du périmètre de chaque campus et favoriser les échanges inter campus mais aussi à l'International. En ce sens, certains modules pourront avoir lieu en distanciel avec des experts au national ou à l'international en anglais ou en français.

Nous préconisons la mise en place de module de « matières » en anglais autant que possible sans mettre en péril la compréhension de notions clés fondamentales au développement des compétences visées. Un module de marketing pourra être délivré en anglais plus facilement qu'un cours de techniques photos. Il appartient à chaque campus en accord avec la direction pédagogique d'organiser ces modules de « matières » en anglais. Ces derniers devront être présentés aux étudiants dès le début de l'année.

Nous proposerons également des cours d'anglais professionnel hors temps académique de face-à-face obligatoire en groupe de niveau. Pour participer à ces cours, toutes les informations seront transmises à la rentrée par les équipes encadrantes des campus. Le niveau de départ des apprenants sera évalué afin de les répartir dans le groupe de niveau adapté.

## 2. NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES

Pour intégrer le Mastère Tourisme, le candidat doit avoir un niveau bac +3 dans les domaines du tourisme, du marketing, du management ou du commerce. Il va de soi qu'une appétence particulière pour le tourisme et les nouvelles technologies est de mise. Il est vivement conseillé aux candidats de se tenir informés des dernières tendances en termes de communication et marketing, en portant un œil particulier aux pratiques des entreprises leaders ou disruptives dans les secteurs d'activité cités.

Le candidat qui entre en Mastère Tourisme chez Campus Academy se prépare à devenir un expert du tourisme. Des prérequis sont donc nécessaires :

- savoir gérer une équipe au sein d'une structure touristique ; y compris dans les services communication / marketing
- maîtriser le management et la stratégie de vente d'un produit touristique
- être capable d'élaborer une stratégie commerciale dans le secteur du tourisme et développer son entreprise
- être en capacité de déployer des actions de webmarketing dans le secteur du tourisme et développer une stratégie marketing omnicanale
- comprendre la problématique des entreprises touristiques et analyser les grandes tendances actuelles du marché touristique
- maîtriser les notions nécessaires au développement d'un univers de marque touristique
- comprendre les règles budgétaires d'un projet touristique
- être en capacité de concevoir un plan médias et développer un site web adapté au parcours des utilisateurs
- maîtriser la notion d'expérience client / utilisateur à la fois dans des environnements numériques et physiques

### 3. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION

Le programme Mastère 1 & 2 Tourisme vise la capacité à manager une équipe d'une structure touristique et notamment dans les services communication / marketing.

La première année du Mastère Tourisme permet aux apprenants, dans le contexte d'une structure touristique, d'être capable de (hard skills) :

- devenir un spécialiste du tourisme
- analyser des marchés selon les secteurs économiques
- définir les objectifs stratégiques et opérationnels
- définir la politique de marque, la politique de produit
- élaborer la matrice marketing omnicanal
- développer une culture d'entreprise centrée client
- déployer des actions de webmarketing
- développer un univers de marque touristique
- maîtriser les coûts et la rentabilité des actions
- identifier et suivre les indicateurs de performance
- caractériser et élaborer la politique marketing et commerciale
- assurer le développement commercial de la BU
- construire le développement de l'activité
- mobiliser les différents services de la développer un site Web adapté aux parcours utilisateurs
- construire et utiliser les outils de pilotage, de suivi et d'évaluation
- maîtriser les rudiments du management RH

La seconde année de Mastère Tourisme permet aux apprenants d'être capable de (hard skills) :

- analyser des problématiques d'acteurs touristiques, identifier des potentiels et rechercher des opportunités de développement
- préconiser des orientations et élaborer des stratégies touristiques pour des marchés internationaux
- organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique
- étudier et interpréter les tableaux de bord économiques et financiers pour orienter le pilotage de l'activité
- calculer le chiffre d'affaires prévisionnel et les marges contributives
- chiffrer les impacts financiers du projet afin de déterminer la faisabilité du projet
- élaborer une offre sur mesure afin de prendre en compte les attentes du client
- réaliser une négociation d'affaires afin de convaincre le client de signer
- identifier et définir les besoins en compétences internes et externes afin de répondre au besoin de l'affaire
- définir les étapes afin de piloter et coordonner le travail en mode le projet
- manager les équipes projet afin de mener à bien les objectifs opérationnels
- réaliser le bilan de l'affaire afin d'identifier les points d'amélioration

Des objectifs pédagogiques par module viennent affiner ces hard skills. A ce titre, il est impératif que l'intervenant adresse aux responsables pédagogiques et aux étudiants les prérequis techniques et pédagogiques nécessaires au bon déroulé du cours, à minima 15 jours avant le début de son module. Les prérequis pédagogiques doivent être accompagnés de liens vers des ressources.

De même il est impératif, qu'au début d'un module, l'intervenant rappelle les objectifs de ce dernier, les compétences à atteindre ainsi que les modalités d'évaluation des acquis.



#### 4. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE LA FORMATION

<b>Mastère 1 Tourisme – 588 heures de formation – 84 jours</b>				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
<b>Unité de Compétences 1 – Compétences transversales</b>				
<b>Start</b>	14	7	2	Séminaire d'intégration de rentrée et Teambuilding.
<b>Workshop</b>	70	7	10	Mise en situation professionnelle challenging de réponses concrètes à un besoin client, transformation du besoin en solution concrète en un temps imparti, développement de la capacité d'adaptation, créativité, intelligence collective en équipe aléatoire pluridisciplinaire. (soft & hard skills).
<b>Projets tutorés</b>	84	7	12	Mise en situation professionnelle encadrée avec des coachs pour permettre une mise en œuvre de l'ensemble des compétences visées de manière collaborative, inter formation. Mise en situation entreprise, gestion de projet agile, travail collaboratif en équipe transverse pluridisciplinaire.
<b>Unité de Compétences 2 – Compétences fondamentales</b>				
<b>Soft Skills</b>	21	7	3	Mieux se connaître pour mieux travailler avec les autres.
<b>Préparation au titre</b>	28	7	4	Comprendre les attentes du certificateur et préparer les rendus conformes à ces dernières.
<b>Unité de Compétences 3 – User experience</b>				
<b>Tourisme 3.0</b>	42	7	6	Être en capacité d'intégrer les outils digitaux à une offre touristique afin d'augmenter l'expérience client / Savoir définir une stratégie de social media / Maîtriser l'ADN d'une marque.
<b>Marketing touristique</b>	35	7	5	Maîtriser les fondamentaux du marketing appliqué au tourisme.
<b>Diagnostic de territoire</b>	28	7	4	Connaitre et utiliser les outils d'aide à la prise de décision en fonction de la connaissance des forces, faiblesses, enjeux économiques, sociaux d'un territoire.
<b>Création de site</b>	28	7	4	Connaitre et savoir utiliser les différents pro-forma, éléments de structuration supports dans la création d'un site internet.

<b>Mastère 1 Tourisme</b>				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
<b>Unité de Compétences 4 – Industrie</b>				
<b>Trend management</b>	28	7	4	Savoir optimiser les performances du secteur, connaître les éléments et outils d'optimisation des tendances touristiques
<b>ROI &amp; KPI / Gestion touristique</b>	35	7	5	Travailler sur les indicateurs de performance et définir la stratégie d'action de communication.
<b>Techniques de gestion RH</b>	42	7	6	Maîtriser les enjeux RH ; comprendre les notions de contrats, fiches de poste et les logiques de paie.
<b>Stratégie de développement touristique</b>	35	7	5	Pouvoir développer et engager une réflexion profonde sur le positionnement touristique d'un territoire en fonction d'un bilan, état des lieux précis des activités touristiques et optimiser la communication à destination des acteurs publics ou privés.
<b>Unité de Compétences 5 – Outils</b>				
<b>Anglais</b>	35	7	5	La place de l'anglais de communication reste prépondérante. A visée spécifique liée aux secteurs, les étudiants montent en compétence dans un ensemble de classe de niveau cohérent.
<b>LV2</b>	35	7	5	Allemand, espagnol ou italien.
<b>Environnement juridique et réglementation</b>	28	7	4	Connaître le cadre juridique et réglementaire du secteur touristique.

<b>Mastère 2 Tourisme – 588 heures de formation – 84 jours</b>				
<b>Modules de formation</b>	<b>Volume horaire annuel</b>	<b>Volume horaire par jour</b>	<b>Nombre de jours</b>	<b>Descriptif</b>
<b>Unité de Compétences 1 – Compétences transversales</b>				
<b>Start</b>	14	7	2	Séminaire d'intégration de rentrée et Teambuilding.
<b>Workshop</b>	70	7	10	Mise en situation professionnelle challenging de réponses concrètes à un besoin client, transformation du besoin en solution concrète en un temps imparti, développement de la capacité d'adaptation, créativité, intelligence collective en équipe aléatoire pluridisciplinaire. (soft & hard skills).
<b>Projets tutorés</b>	84	7	12	Mise en situation professionnelle encadrée avec des coachs pour permettre une mise en œuvre de l'ensemble des compétences visées de manière collaborative, inter formation. Mise en situation entreprise, gestion de projet agile, travail collaboratif en équipe transverse pluridisciplinaire.
<b>Unité de Compétences 2 – Compétences fondamentales</b>				
<b>Management d'équipes en mode projet</b>	28	7	4	Comprendre les bases de la gestion d'équipes en mode projet.
<b>Préparation au titre</b>	28	7	4	Comprendre les attentes du certificateur et préparer les rendus conformes à ces dernières.
<b>Unité de Compétences 3 – User experience</b>				
<b>Tourisme 3.0</b>	42	7	6	Appréhender les systèmes de canaux d'interactions clients et savoir développer une stratégie efficace d'utilisation de ces canaux de contacts unidirectionnels.
<b>Design et interface web</b>	28	7	4	Savoir mettre en forme une page web ; comprendre les notions de design d'interface.
<b>Stratégie de développement touristique</b>	35	7	5	Inscrire le tourisme comme un vecteur essentiel du développement économique territorial en définissant des orientations stratégiques qui favorisent un développement harmonieux et durable de la destination.
<b>Multiculturalité</b>	35	7	5	Développer les compétences interculturelles et multiculturelles au travail / Réussir ses missions à l'international et gagner en efficacité dans ses projets.

<b>Mastère 2 Tourisme</b>				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
<b>Unité de Compétences 4 – Industrie</b>				
<b>Marketing territorial et Tourismes responsable</b>	35	7	5	Comprendre les enjeux de l'attractivité des territoires et comprendre la méthodologie de mise en avant des atouts de développement en lien avec les publics cibles ; maîtriser les orientations d'un tourisme responsable.
<b>Business plan</b>	35	7	5	Comprendre et maîtriser les fondamentaux d'un business plan.
<b>Yield Management</b>	21	7	3	Avoir la capacité de gérer un système de gestion tarifaire des capacités disponibles telles des chambres en hôtellerie ou des sièges dans le transport aérien et ferroviaire.
<b>Management RH</b>	28	7	4	Comprendre la politique de management et de gestion des ressources humaines dans l'entreprise.
<b>Unité de Compétences 5 – Outils</b>				
<b>Anglais</b>	42	7	6	Montée en compétence dans un ensemble de classe de niveau cohérent.
<b>LV2</b>	42	7	6	Allemand, espagnol ou italien.
<b>Intelligence relationnelle</b>	21	7	3	A travers la pratique, maîtriser les notions de compétences humaines et compétences comportementales.



## **5. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, METHODES ET TECHNIQUES**

### **5.1. Parcours et modalités**

Les parcours de formation Campus Academy sont des parcours collectifs en présentiel ou en distanciel (visioconférences) selon les modules et en individuel via le e-learning.

Ces parcours visent à favoriser l'échange et le partage d'expérience de manière interactive, avec retours sur expérience métier de la part des intervenants et des apprenants en alternance.

Le blended learning et l'utilisation de plateforme de ressources de formation en ligne permet une individualisation du parcours et permet de s'assurer que les prérequis nécessaires à certains modules de formation soient bien couverts.

### **5.2. Méthode active, expérientielle et pédagogie inversée**

La méthode pédagogique mise en œuvre par Campus Academy est active afin de favoriser l'apprentissage par l'expérience et la pratique des apprenants. Les informations théoriques étant accessibles par tous avec les nouvelles technologies, la pédagogie inversée implique une appropriation individuelle de ces informations par les apprenants en amont des temps de face-à-face pédagogique.

Les apprenants peuvent ainsi confronter directement la théorie avec la pratique en classe sur des projets de mises en situation professionnelle. Au fil de leurs mises en situation, ils vont avoir besoin d'informations clés qu'ils vont pouvoir s'approprier par l'expérience et la pratique. Ils vont ainsi progressivement développer les capacités visées par les objectifs pédagogiques de chaque module de formation.

Cette méthode implique un face à face pédagogique avec des experts métier, des professionnels dans les technologies cibles pour coacher, guider et accompagner les apprenants dans leurs montées en compétences.

En écho aux modules de formation, les programmes sont construits de manière à ce que les apprenants puissent réinvestir les capacités développées en mode projet réel sur des problématiques d'association ou d'entreprise, de création de solutions ou de création d'entreprise en équipes pluridisciplinaires. Ces projets permettent de se confronter à des difficultés équivalentes à la réalité de l'entreprise. La pédagogie par l'expérience permet aux apprenants de développer à la fois des compétences techniques et de savoir être professionnel. Ces projets sont également encadrés par des professionnels pour suivre leurs avancements, les guider et les faire progresser.

### **5.3. Techniques pédagogiques**

Les techniques pédagogiques préconisées sont : les mises en situation, tours de tables, études de cas, brainstorming, activités ludiques, challenges, jeux de rôles, défis, cas pratiques, labs pratiques, ateliers. Ces techniques favorisent l'implication de l'apprenant et visent à favoriser l'interactivité dans l'apprentissage.

Ces techniques permettent d'apprendre en faisant pour acquérir de l'expérience en équipe, et ainsi de pouvoir confronter les points de vue, partager de bonnes pratiques de manière collaborative par des activités immersives favorisant l'apprentissage.

#### 5.4. Moyens pédagogiques

Un support pédagogique sera remis par le/les formateurs pour permettre à chaque apprenant de suivre le déroulement de la formation, d'identifier les sources d'information applicables et ainsi d'accéder aux connaissances liées aux objectifs pédagogiques.

Dans le cadre des face-à-face pédagogiques au sein des campus, les salles disposent d'un vidéoprojecteur, d'un tableau blanc et de feutres. Certaines salles dédiées sont équipées d'ordinateurs fixes. Du matériel réseau et des serveurs sont également accessibles sous demande préalable.

Les ressources dématérialisées font l'objet également de demandes préalables.

Dans le cadre des face-à-face en distanciel, les campus mettent à disposition des outils adaptés (visioconférence, espace de partage de documents, Learning Management System, outil de communication collaboratif, etc.).

### 6. MODALITÉS DE SUIVI & D'ÉVALUATION DES PROGRÈS

La formation fait l'objet d'un suivi des apprenants selon plusieurs modalités complémentaires :

- **contrôle de l'assiduité**

Un contrôle quotidien de l'assiduité des apprenants est assuré. L'outil de gestion des plannings et de suivi de l'assiduité centralise toutes les informations pour chaque apprenant.

- **contrôle continu de l'acquisition des compétences**

Un dispositif d'évaluation des compétences est mis en place pour chaque module de formation afin de mesurer les acquis réels de chaque apprenant par rapport aux objectifs pédagogiques. Les résultats obtenus par ces différentes méthodes sont saisis dans l'outil de gestion de planning et demeure à disposition des apprenants, référents financiers et entreprises.

- **évaluation de la satisfaction des apprenants à la fin du module de formation**

Les apprenants sont sollicités à chaque fin de module de formation pour partager leur satisfaction via une enquête en ligne. Les résultats sont analysés régulièrement pour permettre de traiter, de manière pragmatique et dans les meilleurs délais, les éventuels manques.

- **réunions de délégués**

Tous les mois des réunions de délégués sont organisées par promotion et/ou par filière. Elles visent à recueillir les retours sur expérience de formation, échanger sur la vie du campus et entrer dans une démarche d'amélioration continue collaborative.

- **réunions de coordination des équipes pédagogiques**

Les responsables pédagogiques organisent et coordonnent le suivi des formations en présence des intervenants pour s'assurer d'une cohérence de déroulé pédagogique, d'identifier d'éventuels problèmes rencontrés afin de trouver des solutions d'amélioration.

- **réunions de coordination nationale**

La direction pédagogique nationale organise avec les responsables pédagogiques des temps de coordination afin d'évoquer les problématiques générales, d'organiser les temps nationaux (Workshop par exemple) et, plus généralement, d'assurer une homogénéité pédagogique nationale.



- **conseils de classe**

Les conseils de classe permettent de faire des points d'avancement en deux temps, en milieu d'année et en fin d'année de formation.

- **relevés de progrès**

Les résultats d'évaluation sont consolidés dans des relevés de progrès individuels. Ils sont diffusés à mi-parcours et en fin d'année de formation. Ils permettent de statuer sur le passage en année supérieure.

- **suivi en entreprise des alternants**

Dans le cadre des formations en alternance, plusieurs points de suivi en distanciel ou en présentiel sont établis entre les chargés d'admissions ou la référente de la formation, les alternants et les tuteurs de manière à s'assurer du bon déroulement de l'alternance.

- **suivi des anciens**

Des enquêtes sont menées auprès de tous les diplômés pour recueillir leurs évolutions de carrière, missions menées, entreprises intégrées, secteurs d'activité. Ces enquêtes sont indispensables au renouvellement des titres. Il importe de les organiser régulièrement.

- **cercles de qualité**

Ces réunions constructives permettent chaque année de questionner et réfléchir avec les étudiants sur la pertinence des programmes de formation.

## 7. MODALITÉS D'ÉVALUATION DU DISPOSITIF DE FORMATION

Les modalités d'évaluation permettent un reporting auprès de la direction Campus Academy, de l'équipe pédagogique et des équipes en lien avec les entreprises partenaires.

Des enquêtes de satisfaction et de mesure de l'impact de la formation sont menées chaque année.

Le partage des résultats recueillis se fait par le biais d'outils de communication internes et externes digitaux avec les parties prenantes.

Chaque année, des conseils de perfectionnement et/ou boards regroupent les professionnels des métiers concernés par nos formations. Ils permettent notamment de s'assurer de l'adéquation des formations aux besoins et attentes des entreprises.

La direction pédagogique Campus Academy analyse les résultats des campus dans leur globalité afin d'inscrire la pédagogie dans une démarche d'amélioration continue forte et efficiente au national.

## 8. SANCTION DE LA FORMATION

**La formation Mastère Tourisme est sanctionnée par le titre niveau 7 (Bac +5) :**

- **Ingénieur d'affaires** (code RNCP 35760 et code diplôme 16X31051)



**Types d'emplois accessibles à l'issue de la formation :**

- Digital Brand Manager
- Content Manager
- Responsable commercial
- Key account manager
- Business travel manager
- Chargé de mission tourisme CDT CRT
- Chargé de mission tourisme durable
- Consultant en tourisme
- Directeur d'Office de Tourisme
- Agent de promotion touristique
- Manager d'une structure ou d'un opérateur touristique