



**Programme pédagogique
Bachelor 3 Tourisme**

**Conception &
Commercialisation
Touristiques**

Titre niveau 6 Responsable de développement touristique

territorial Code RNCP 35706

Année 2023-2024

Formation	Bachelor Conception & Commercialisation Touristiques
Année de formation	Bachelor 3
Prérequis d'admission	Niveau bac +2, BTS ou équivalent en tourisme, marketing, management ou commerce
Évaluation diagnostic et pronostic des apprenants	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
Sites délivrant la formation	Toulouse
Diffusion du document	<p>Interne et externe :</p> <p>Grand Sud Formation</p> <p>Équipe encadrante Grand Sud Formation</p> <p>Apprenants</p> <p>Commanditaires et Opérateurs de compétences</p> <p>Intervenants professionnels</p> <p>Entreprises</p> <p>DREETS, Pôle emploi, etc.</p>

Table des matières

1. DEMARCHE PÉDAGOGIQUE	5
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
2. NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES.....	7
3. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION.....	8
4. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE LA FORMATION	9
5. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, METHODES ET TECHNIQUES.....	11
5.1. Parcours et modalités.....	11
5.2. Méthode active, expérientielle et pédagogie inversée.....	11
5.3. Techniques pédagogiques	11
5.4. Moyens pédagogiques.....	12
6. MODALITÉS DE SUIVI & D'ÉVALUATION DES PROGRÈS.....	12
7. MODALITÉS D'ÉVALUATION DU DISPOSITIF DE FORMATION.....	13
8. SANCTION DE LA FORMATION.....	13

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
- la prestation d'intervenants professionnels

Tous les programmes de formation sont élaborés avec des Boards de professionnels. 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.

1. DEMARCHE PÉDAGOGIQUE

1.1. Une constante évolution du monde professionnel

Grand Sud Formation 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, Grand Sud Formation 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 aptitudes et son projet professionnel. Des conférences 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 ¹ 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 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 dans tous les domaines de compétences (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 Factory/Projets tutorés** : mise en situation professionnelle pour mener à bien un projet réel sur la base d'un cahier des charges remis par un professionnel du secteur (création d'entreprise, réponse à un besoin réel d'entreprise ou d'association, concept innovant monétisable, préparation de certification constructeur, etc.).

¹ Source : Pôle Emploi

2. NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES

Pour intégrer le bachelor 3 Conception & Commercialisation Touristiques à Grand Sud Formation, le candidat doit avoir le niveau bac +2 dans les domaines du tourisme, de la communication, 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 vogue dans le tourisme, en portant un œil particulier aux pratiques des entreprises leaders ou disruptives dans leur secteur d'activité.

Le candidat qui entre en bachelor 3 Conception & Commercialisation Touristiques se prépare à devenir un professionnel dans la conception et la vente de produits touristiques.

Des prérequis sont donc nécessaires :

- savoir gérer un espace touristique et son accueil
- savoir conseiller et vendre une prestation touristique
- être capable de faire un diagnostic stratégique d'une organisation touristique
- pouvoir concevoir une offre, une prestation adaptée et savoir la communiquer
- savoir gérer l'information et son traitement
- avoir des notions claires de la géographie du tourisme et de la réglementation
- savoir identifier les destinations et territoires touristiques majeurs
- pouvoir communiquer de façon adaptée aussi bien à l'écrit qu'à l'oral et savoir construire une argumentation liée au secteur
- savoir s'adapter et faire preuve de flexibilité dans un travail collaboratif d'équipe
- posséder des compétences organisationnelles

3. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION

Le programme de bachelor 3 Conception & Commercialisation Touristiques vise la capacité à concevoir, proposer et vendre des séjours les plus adaptés aux demandes clients, qu'il s'agisse de commanditaires privés, ou institutions publiques, mais également d'en faire la promotion en fonction d'une analyse marketing cohérente.

Outils et technologies se diffusent de manière transversale. Ces bouleversements nécessitent vivacité d'esprit et réactivité de la part des experts en charge des prises de décisions stratégiques.

Cette troisième année de bachelor permet aux apprenants, dans le contexte d'une structure touristique, agence de voyages, tour operator, association, etc. d'être capable de (hard skills) :

- être un spécialiste de la conception d'offres touristiques
- pouvoir créer des offres de manière adaptée à la demande et à la typologie de la clientèle
- négocier un contrat, un appel d'offres
- définir l'offre de services associée à l'offre touristique et en assurer la promotion
- savoir organiser un planning d'activités
- contrôler la réalisation d'une prestation
- entretenir le réseau avec les différents établissements et institutions
- manager une équipe et coordonner leur activité
- être capable de mener des actions de webmarketing et de marketing opérationnel dans le secteur du tourisme
- penser une stratégie marketing omnicanale
- développer un univers de marque touristique
- maîtriser les coûts et la rentabilité des actions d'une structure touristique
- réaliser une veille efficace
- mettre en place une stratégie marketing pour un produit ou un service
- recueillir et analyser les informations sur les prestations des partenaires
- choisir des prestataires et mener des négociations
- organiser et analyser des positionnements d'offre et de produits
- accompagner les opérateurs dans la création, l'organisation et la commercialisation multicanale d'offres
- accompagner les opérateurs pour l'obtention et la mise en œuvre d'un label ou d'un classement
- assurer la faisabilité financière d'une action touristique
- contribuer au développement de la démarche qualité de l'accueil touristique

4. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE LA FORMATION

Bachelor 3 Conception & Commercialisation Touristiques – 588 heures de formation		
Modules de formation	Volume horaire annuel	Descriptif
Unité de Compétences 1 – Compétences transversales		
Start	14	Séminaire d'intégration de rentrée et Teambuilding.
Workshop	70	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).
Gestion de projets touristiques	92	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.
Unité de Compétences 2 – Compétences fondamentales		
Droit du tourisme et assurances	21	Comprendre les règles qui régissent l'activité et maîtriser les notions d'assurance.
Préparation au titre	38	Comprendre les attentes du certificateur et préparer les rendus conformes à ces dernières.
Unité de Compétences 3 – User Experience		
Marketing du tourisme	35	Connaître et maîtriser les stratégies et outils du marketing digital pour augmenter la visibilité des offres touristiques, approfondir la connaissance du client et améliorer la communication avec eux.
Gestion & faisabilité financière d'un projet	21	Comprendre le fonctionnement d'un budget et/ou compte de résultat prévisionnel ; calculer un point d'équilibre ; comprendre les indicateurs du suivi financier et le plan de financement associé
Marketing digital	28	Maîtriser les fondamentaux d'une stratégie digitale.

Bachelor 3 Conception & Commercialisation Touristiques		
Modules de formation	Volume horaire annuel	Descriptif
Unité de Compétences 4 – Industrie		
Destinations touristiques, tendances et veille	35	Le tourisme mondial a subi de nombreux changements et les tendances doivent être analysées. Afin de mieux gérer les offres il est important de saisir les tendances nouvelles et leur implication dans le choix des destinations ; apprendre les techniques pour repérer, collecter, analyser l'information liée à l'activité touristique afin d'être capable d'appréhender les évolutions du secteur.
Conception de produits touristiques et stratégies de négociation	105	Être capable d'analyser la demande et orienter la conception du produit touristique de façon adaptée. Connaître les techniques, maîtriser les concepts de la phase d'analyse et la réalisation jusqu'à la mise sur le marché selon les règles de sécurité des biens et des personnes. Connaître et utiliser les techniques de négociation, savoir décoder la communication verbale et interpersonnelle, comprendre l'autre partie, afin d'établir un climat qui facilitera la négociation.
Amadeus	35	Utilisation et maîtrise du GDS Amadeus, système de réservation de l'écosystème de l'aérien et du ferroviaire.
Unité de Compétences 5 – Outils		
Anglais	35	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.
LV2	35	Allemand, espagnol ou italien.
Softskills	24	Au-delà de l'expertise dans le domaine, les entreprises attendent de vraies qualités comportementales des profils recrutés. Les étudiants appréhendent les notions de compétences humaines et compétences comportementales à travers la pratique.

5. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, METHODES ET TECHNIQUES

5.1. Parcours et modalités

Les parcours de formation 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 Grand Sud Formation 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.

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.

- **conseils de classe**

Les conseils de classe permettent de faire des points d'avancement en deux temps en milieu d'année de formation 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, 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 de Grand Sud Formation analyse les résultats du campus afin d'inscrire la pédagogie dans une démarche d'amélioration continue forte et efficiente au national.

8. SANCTION DE LA FORMATION

Le Bachelor Conception & Commercialisation Touristiques est sanctionné, en fin de bachelor, par le titre niveau 6 (bac +3) :

- **Responsable de développement touristique territorial**
(RNCP N° 35706 et code diplôme 36T33403)

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

- Agent de comptoir
- Agent de réservation
- Animateur commercial en réseau d'agences
- Billetiste
- Chargé de voyages
- Chef de comptoir
- Commercial agences B to B
- Commercial groupes B to C
- Concepteur de produits touristiques
- Conseiller voyages
- Conseiller voyages spécialiste
- Conseiller voyages en PA
- Contract Manager
- Courtier aérien
- Délégué commercial voyageur
- Gestionnaire de vols
- Responsable grands comptes Cie aérienne
- Vendeur de croisières