



**Programme pédagogique**

**Bachelor 3 Tourisme**

**Destination Management**

Année 2024-2025

**Titre Responsable de développement touristique territorial**

RNCP N° 35706, niveau 6

<b>Formation</b>	<b>Bachelor Destination Management</b>
<b>Année de formation</b>	Bachelor 3
<b>Prérequis d'admission</b>	Niveau bac +2, de préférence en tourisme, ou en hôtellerie, communication, marketing, commerce
<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 un chargé d'admissions du campus
<b>Diffusion du document</b>	<p><b>Interne et externe :</b></p> <p>Équipe 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 GRAND SUD FORMATION ..... 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. International et anglais ..... 6
- 2. NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES..... 6**
- 3. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION ..... 7**
- 4. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE LA FORMATION..... 8**
- 5. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, METHODES ET TECHNIQUES..... 10**
  - 5.1. Parcours et modalités..... 10
  - 5.2. Méthode active, expérientielle et pédagogie inversée ..... 10
  - 5.3. Techniques pédagogiques ..... 10
  - 5.4. Moyens pédagogiques..... 10
- 6. MODALITÉS DE SUIVI & D’ÉVALUATION DES PROGRÈS ..... 11**
- 7. MODALITÉS D’ÉVALUATION DU DISPOSITIF DE FORMATION ..... 12**
- 8. SANCTION DE LA FORMATION ..... 12**
- 9. EMPLOIS ACCESSIBLES A L’ISSUE DE LA FORMATION ..... 12**

## **Préambule**

Ce document traduit de façon concrète la promesse pédagogique faite à nos apprenants 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 l'équipe du campus
- l'individualisation des parcours
- l'accompagnement individuel vers la réussite
- l'expertise et l'excellence
- le mode projet et la pédagogie inversée
- l'intervention d'intervenants professionnels

Tous les programmes de formation sont élaborés en concertation avec des professionnels des différents métiers du tourisme. Ces programmes sont actualisés 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 GRAND SUD FORMATION

### 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'acquière 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. la communication
2. l'intelligence émotionnelle
3. l'esprit d'équipe
4. l'adaptabilité
5. la pensée critique
6. l'autonomie
7. le leadership
8. la négociation
9. la résolution de conflit
10. l'empathie

---

<sup>1</sup> Source : cabinet de recrutement Harry Hope (étude 2024)

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. International et anglais

Le choix pédagogique est d'aller au-delà du périmètre du campus et favoriser les échanges si possible 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 de commercialisation. Ces éventuels cours en anglais devront être présentés aux étudiants dès le début de l'année.

## 2. NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES

Pour intégrer le bachelor 3 Destination Management 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 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 Destination Management se prépare à devenir un spécialiste de l'offre touristique réceptive.

Des prérequis sont donc nécessaires :

- savoir gérer la conception de produits et projets touristiques
- pouvoir conseiller et vendre une prestation touristique
- avoir des connaissances sur l'animation du territoire et le développement touristique
- pouvoir concevoir une offre, une prestation adaptée et savoir la communiquer
- savoir gérer l'information et son traitement
- 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
- avoir des compétences organisationnelles

### 3. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION

Le programme du bachelor 3 Destination Management vise la capacité à concevoir, piloter, et coordonner la mise en place de l'offre de tourisme réceptive la plus adaptée aux demandes clients, qu'il s'agisse de commanditaires privés, ou institutions publiques mais également de faire la promotion de l'offre en fonction d'une analyse marketing du tourisme 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, d'être capable de (hard skills) :

- faire une analyse cohérent de la demande client ou des besoins du marché
- proposer des produits touristiques adaptés
- savoir élaborer un projet touristique réceptif complet et savoir le commercialiser
- cerner le besoin et optimiser la relation client
- entretenir le réseau avec les différents établissements
- manager une équipe, en mode agile
- déployer 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
- réaliser des études de marché
- 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 oeuvre 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

Des objectifs pédagogiques par module viennent affiner ces hard skills. A ce titre, il est impératif que l'intervenant adresse au responsable pédagogique 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>Bachelor 3 Destination Management – 560 heures de formation – 80 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 – Développer sa culture générale touristique</b>				
<b>Culture générale</b>	17,5	7	2,5	Développer une culture générale globale réutilisable dans son activité professionnelle
<b>Destinations touristiques</b>	28	7	4	Connaître les principales destinations touristiques mondiales
<b>Étude de cas &amp; Projet</b>	21	7	3	Mise en situation professionnelle de réponses concrètes à un besoin client
<b>Unité de Compétences 2 – Piloter la stratégie financière d'une entreprise touristique</b>				
<b>Gestion d'un projet touristique</b>	21	7	3	Être en capacité de gérer un projet de développement touristique d'un territoire, événementiel ou aménagement d'un site ou d'une structure
<b>Gestion et management d'équipes</b>	21	7	3	Maîtriser les bases du management d'équipe projet
<b>Faisabilité financière, Création d'un dossier professionnel et financier</b>	42	7	6	Maîtriser les indicateurs financiers propres au tourisme et analyser les performances comptables d'une entreprise
<b>Droit des sociétés</b>	14	7	2	Identifier les différentes formes sociales en droit français et savoir arbitrer entre ces dernières
<b>Bureautique</b>	10,5	7	1,5	Maîtriser Word & Excel et les outils couramment employés en entreprise
<b>Unité de Compétences 3 – Définir et conduire la stratégie marketing et commerciale d'une organisation touristique</b>				
<b>Marketing analytique et stratégique</b>	21	7	3	Analyser une situation et définir une stratégie marketing
<b>Plan marketing</b>	21	7	3	Elaborer et piloter un plan marketing
<b>Commercialisation d'un projet touristique</b>	28	7	4	Maîtriser les bases de la négociation commerciale dans le domaine touristique, en respectant une démarche qualité



<b>Bachelor 3 Destination Management</b>				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
<b>Unité de Compétences 4 – Spécialité Destination Management</b>				
<b>Gestion &amp; animation touristique locale</b>	35	7	5	Comprendre les principes du tourisme local et savoir monter un projet d'événements, de manifestations pour le compte d'entreprises, de professionnels, de collectivités, en tenant compte des enjeux locaux
<b>Développement territorial</b>	35	7	5	Identifier les acteurs des territoires touristiques ; mener un diagnostic territorial ; créer une marque territoriale
<b>Patrimoine et culture</b>	35	7	5	Acquérir les connaissances fondamentales en matière de patrimoine culturel, viticole et touristique au niveau régional, départemental et local ; identifier les produits du terroir et en assurer la valorisation
<b>Unité de Compétences 5 – Préparer son insertion professionnelle</b>				
<b>Start</b>	7	7	1	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
<b>Intelligence artificielle</b>	14	7	2	Utiliser l'IA dans sa montée en compétences
<b>Soft Skills (Atelier théâtre)</b>	28	7	4	Développer son éloquence, apprendre à verbaliser et faire savoir ses besoins et ses attentes
<b>Anglais</b>	42	7	6	Préparer un questionnaire de satisfaction ou de motivation en anglais, destiné aux visiteurs anglophones ; créer un document de promotion territoriale en français et en anglais, en version papier et en version numérique
<b>Espagnol</b>	28	7	4	Préparer un questionnaire de satisfaction ou de motivation en espagnol, destiné aux visiteurs hispanophones ; créer un document de promotion territoriale en français et en espagnol en version papier et en version numérique
<b>Préparation titre</b>	21	7	3	Comprendre les attentes du certificateur et préparer les rendus conformes à ces dernières

## 5. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES, METHODES ET TECHNIQUES

### 5.1. Parcours et modalités

Les parcours de formation Grand Sud Formation sont des parcours collectifs en présentiel ou en distanciel (visioconférences) selon les modules.

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.

### 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 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, les salles disposent d'un vidéoprojecteur, d'un tableau blanc et de feutres. Certaines salles dédiées sont équipées d'ordinateurs fixes.

## 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.

- **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 demeurent à disposition des apprenants, référents financiers et entreprises.

- **évaluation de la satisfaction des apprenants**

Les apprenants sont sollicités à plusieurs étapes de la formation pour partager leur satisfaction via enquête. Les résultats sont analysés régulièrement pour permettre de traiter, de manière pragmatique et dans les meilleurs délais, les éventuels manques.

- **réunions de délégués**

Des réunions de délégués sont régulièrement 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 pédagogique**

Le référent pédagogique organise et coordonne le suivi des formations en présence des intervenants pour s'assurer d'une cohérence du 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 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, 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’EVALUATION DU DISPOSITIF DE FORMATION

Les modalités d’évaluation permettent un reporting auprès de la direction Grand Sud Formation, 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 avec les parties prenantes.

Chaque année, des conseils de perfectionnement 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 Grand Sud Formation analyse les résultats dans leur globalité afin d’inscrire la pédagogie dans une démarche d’amélioration continue forte et efficiente au national.

## 8. SANCTION DE LA FORMATION

**Le bachelor Destination Management est sanctionnée par le titre niveau 6 (Bac +3) :**

- **Responsable de développement touristique territorial** ([RNCP N° 35706](#) et code diplôme 36T33403)  
Certificateur ministère du travail, du plein emploi et de l’insertion,  
enregistré le 24/06/2021 avec date d’échéance au 02/08/2026

## 9. EMPLOIS ACCESSIBLES A L’ISSUE DE LA FORMATION

Les métiers visés à la fin de la formation :

- chargé de produits touristiques
- concepteur de produits touristiques
- agent de promotion touristique
- animateur de territoire
- responsable animation d’un office de tourisme ou d’une station de montagne
- etc.