



Programme pédagogique

Mastère Tourisme

Années 2024-2026

Titre Manager des organisations

RNCP N° 35280, niveau 7

Formation	Mastère Tourisme
Années de formation	Mastère 1 et 2
Prérequis d'admission	<p>Bac +3 en management, tourisme, hôtellerie, marketing, communication ou commerce</p> <p>Admission parallèle possible en Mastère 2^e année après un M1 validé dans le domaine du management, tourisme, marketing ou commerce</p>
Évaluation diagnostic et pronostic des apprenants	<p>Étude et validation de la candidature en ligne de l'apprenant.</p> <p>Étude et validation de l'admission de l'apprenant par entretien individuel avec un chargé d'admissions du campus</p>
Diffusion du document	<p>Interne et externe :</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..... 12**
 - 5.1. Parcours et modalités..... 12
 - 5.2. Méthode active, expérientielle et pédagogie inversée 12
 - 5.3. Techniques pédagogiques 12
 - 5.4. Moyens pédagogiques..... 12
- 6. MODALITÉS DE SUIVI & D’ÉVALUATION DES PROGRÈS 13**
- 7. MODALITÉS D’EVALUATION DU DISPOSITIF DE FORMATION 14**
- 8. SANCTION DE LA FORMATION 14**
- 9. EMPLOIS ACCESSIBLES A L’ISSUE DE LA FORMATION 14**

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 ¹ 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

¹ 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 Mastère Tourisme, le candidat doit avoir validé un bac +3 dans les domaines du management, tourisme, marketing, ou 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 termes de communication et marketing, en portant un œil particulier aux pratiques des entreprises leaders ou disruptives.

Le candidat qui entre en Mastère Tourisme chez Grand Sud Formation 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 physique

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
- élaborer la stratégie marketing d'une organisation touristique
- déployer des actions de webmarketing
- suivre les évolutions du comportement des consommateurs
- planifier un plan de communication media et hors média dans le secteur du tourisme
- budgétiser un plan de communication et en suivre l'évolution
- connaître les fondamentaux de l'IX afin d'optimiser un site Web
- optimiser le SEO et gérer des campagnes SEA
- savoir innover
- mettre en place une stratégie de Yield Management
- formaliser un plan d'action commercial
- piloter le développement de l'organisation, notamment dans un contexte européen et international
- conduire le changement
- gérer des équipes multiculturelles
- développer un univers de marque touristique
- fidéliser et fédérer les équipes par un management adapté aux enjeux du développement durable
- construire et utiliser les outils de pilotage, de suivi et d'évaluation
- utiliser efficacement l'Intelligence Artificielle

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
- organiser et piloter la mise en œuvre d'une stratégie touristique
- piloter la gestion des compétences et des métiers
- définir les étapes afin de piloter et coordonner le travail en mode projet
- manager les équipes projet afin de mener à bien les objectifs opérationnels
- utiliser des techniques et outils de travail collaboratif
- 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
- gérer un site marchand
- organiser et valoriser la data
- mettre en place des campagnes de e-marketing pour générer des leads
- mettre en œuvre une campagne d'influence
- maîtriser les bases de la création d'entreprise
- gérer son personal branding
- améliorer son employabilité

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

Mastère 1 Tourisme – 560 heures de formation – 80 jours				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
Unité de Compétences 1 – Définir et conduire la stratégie marketing et commerciale d'une organisation touristique				
Etude de marché approfondie	28	7	4	Maîtriser la méthodologie d'emise en place d'une étude de marché complexe
Marketing avancé	21	7	3	Identifier les acteurs des territoires touristiques ; mener un diagnostic territorial ; créer une marque territoriale
Plan d'action commercial	28	7	4	Réaliser et mettre en œuvre un plan d'action commercial
Etude de cas et projets	35	7	5	Mise en situation professionnelle de réponses concrètes à un besoin client
Unité de Compétences 2 – Piloter la stratégie financière de l'entreprise touristique				
Business plan	21	7	3	Comprendre les différentes étapes d'un business plan
Gestion financière	21	7	3	Maîtriser les bases du process comptable
Tableaux de bord et indicateurs	28	7	4	Définir et mettre en place des indicateurs de pilotage et de suivi de projets
Droit	14	7	2	Maîtriser la législation touristique
Unité de Compétences 3 – Recruter et manager les équipes d'une organisation touristique				
Management d'équipe	21	7	3	Manager une équipe en mode collaboratif
Management interculturel	21	7	3	Gérer des équipes multiculturelles
Droit du travail et sécurité	21	7	3	Assurer le respect des règles et obligations de droit du travail, de sécurité au travail et de protection sociale

Mastère 1 Tourisme				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
Unité de Compétences 4 – Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication 360				
Communication à 360°	28	7	4	Planifier un plan de communication dans le secteur du tourisme
Créer son site internet	28	7	4	Améliorer l'UX de son site web
Web market	28	7	4	Optimiser le SEO de son site web ; gérer des campagnes SEA
Unité de Compétences 5 – Préparer son insertion professionnelle				
Start	7	7	1	Séminaire d'intégration de rentrée et teambuilding
Workshop	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)
Intelligence artificielle	14	7	2	Utiliser l'IA dans sa montée en compétences
Personal branding	14	7	2	Créer une image de marque personnelle, percutante et visible
Anglais	56	7	8	Maîtriser le vocabulaire professionnel en anglais ; passer le TOEIC
Espagnol	35	7	5	Maîtriser le vocabulaire professionnel en espagnol
Préparation titre	21	7	3	Comprendre les attentes du certificateur et préparer les rendus conformes à ces dernières

Mastère 2 Tourisme – 560 heures de formation – 80 jours				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
Unité de Compétences 1 – Définir et conduire la stratégie marketing et commerciale d'une organisation touristique				
Développement et tourisme durable	28	7	4	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
Yield Management	28	7	4	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
Etude de cas et projets	35	7	5	Mise en situation professionnelle de réponses concrètes à un besoin client
Unité de Compétences 2 – Piloter la stratégie financière de l'entreprise touristique				
Conduite du changement	28	7	4	Mettre en place un plan de conduite du changement qui intègre les données marketing, commerciales, RH, juridiques et financières (cas pratique)
Optimisation des méthodes et process	21	7	3	Optimiser les outils, les méthodes et les processus en fonction des résultats intermédiaires, des écarts constatés ou des imprévus rencontrés
Unité de Compétences 3 – Recruter et manager les équipes d'une organisation touristique				
Management et RSE	21	7	3	Définir une politique sociale et une pratique managériale qui intègre les enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)
Gestion des emplois et des compétences	28	7	4	Piloter la gestion des compétences et des métiers afin d'anticiper et de suivre les évolutions stratégiques de l'entreprise
Outils et méthodes de travail collaboratif	21	7	3	Développer des techniques de management de proximité pour construire une culture d'équipe et s'inscrire dans la culture d'entreprise

Mastère 2 Tourisme				
Modules de formation	Volume horaire annuel	Volume horaire par jour	Nombre de jours	Descriptif
Unité de Compétences 4 – Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication 360				
Administration d'un site web	28	7	4	Administrer un site web avec un CMS
Réseaux sociaux et marketing d'influence	35	7	5	Communiquer sur les réseaux sociaux ; mettre en oeuvre une campagne d'influence
Digital analytics	35	7	5	Organiser et valoriser la data
Unité de Compétences 5 – Préparer son insertion professionnelle				
Start	7	7	1	Séminaire d'intégration de rentrée et teambuilding
Workshop	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)
Entrepreneuriat	21	7	3	Valider les grandes étapes de la création d'entreprise
Intelligence artificielle	14	7	2	Utiliser l'IA dans sa montée en compétences
Prise de parole en public et documents professionnels	28	7	4	Prendre la parole en public en s'adaptant à son auditoire et être en capacité de rédiger des documents professionnels (note de synthèse, bilan, etc.)
Anglais	56	7	8	Maîtriser le vocabulaire professionnel en anglais ; passer le TOEIC
Espagnol	35	7	5	Maîtriser le vocabulaire professionnel en espagnol
Préparation titre	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'ÉVALUATION 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

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

- **Manager des organisations** ([RNCP 35280](#) et code diplôme 16X31050)

Certificateur Fédération for European Education (FEDE), enregistré le 10/02/2021 avec date d'échéance au 10/02/2026

9. EMPLOIS ACCESSIBLES A L'ISSUE DE LA FORMATION

Les métiers visés à la fin de la formation :

- chef d'entreprise, créateur ou repreneur d'entreprise
- directeur général de filiale
- directeur d'unités opérationnelles au niveau unitaire, régional, national ou mondial
- directeur de projet / manager de projet
- directeur du développement
- directeur des ventes
- digital brand manager
- content manager
- business travel manager
- chargé de mission tourisme CDT CRT
- chargé de mission tourisme durable
- consultant en tourisme
- directeur d'office de Tourisme
- manager d'une structure ou d'un opérateur touristique