

## Management de l'innovation

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1

Année universitaire : 2014-2015

### Description

**Coordinateur(trice) de la matière :**

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** Semestre 7

### Objectifs

Présenter les approches récentes de conception de la stratégie et les relier à la problématique de l'innovation. A partir de thèmes et de textes, les étudiants devront réfléchir aux implications de telle ou telle conception de la stratégie en terme d'innovation. Ils devront également travailler à un lancement de produit nouveau.

### Pré-requis

Avoir suivi les cours de diagnostic stratégique en L3

### Plan

- Natures et types d'innovations
- Le processus d'innovation selon les approches traditionnelles de la stratégie (école de la conception, école du positionnement, école de la planification).
- L'importance de la vision stratégique et du leadership dans la conception du processus d'innovation.
- Le processus d'innovation selon les approches dites « renouvelées » de la stratégie
- L'approche par les ressources. Illustration de cette approche avec l'étude du cas l'Oréal.
- L'approche politique de la stratégie par la théorie des jeux, ou approche par les parties prenantes avec illustration à partir d'un cas.
- Stratégies de croissance et développement par l'innovation.

Les dimensions essentielles au lancement d'un produit innovant seront clairement identifiées (définition du type d'innovation retenu, diagnostic des ressources et compétences de l'entreprise, diagnostic des parties prenantes du projet), elles seront les bases autour desquelles le travail que les étudiants devront rendre se structurera.

### Compétences acquises en fin de cours

Catégoriser et identifier une innovation

Savoir réfléchir à la stratégie de lancement d'une innovation (aspects internes et externes).

### Bibliographie

# ANALYSE ET COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : Tourisme – Hôtellerie - Loisirs

Année universitaire : 2015-2016

## Description

**Responsable** : Béatrice Galey

**Aspects pédagogiques** :

Voir la maquette pédagogique pour connaître le volume horaire, les ECTS et les modalités d'examen

**Intervenant(s)** : Dominique Kreziak – Lydie Bonnefoy-Claudet

**Lieu de la formation** : IAE Savoie-Mont-Chambéry

**Période d'enseignement** : semestre 7

## Pré-requis

Connaissance de l'élaboration des questionnaires est un plus.

## Objectifs

TD : Maîtriser l'analyse de données quantitatives – Analyses bivariées principalement.

## Plan

Introduction – rappel

- Différents types de variables
- Différents types de données
- Tris croisés
- Analyse de différences de moyennes
- Analyse de corrélation

## Compétences acquises

TD : Test d'hypothèses explicatives dans le champ du comportement du consommateur. Savoir quel type d'analyse mener en fonction de la nature des variables étudiées. Comprendre le fonctionnement des tests d'hypothèses (significativité des tests), analyser et commenter les résultats. Analyses de corrélation, de moyennes, de régression et tris croisés. Travail sur le logiciel Sphinx.

## Bibliographie

- Giannelloni et Vernet, Etudes de marché, Vuibert Gestion - 2012

-

## Gestion de la Relation Client (CRM)

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 x M2

Formation : M1 CITHEME

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : **Morrongiello Caroline**

Lieu de la formation : (Annecy ou Chambéry ou...) **Chambéry**

Période d'enseignement : semestre 7

### Objectifs

Ce cours a pour objectif d'étudier le concept de la Gestion de la Relation Client (GRC) et de définir la stratégie relationnelle sous un angle analytique et opérationnel.

### Pré-requis

Bonne connaissances en marketing fondamental.

### Plan

**Chapitre 1** : Introduction : Définition et principales composantes du CRM

**Chapitre 2** : L'analyse des relations entre parties prenantes

**Chapitre 3** : *Total Relationship Management*, nouveaux modes collaboratifs et personnalisation de l'offre

**Chapitre 4** : La mise en œuvre des actions relationnelles

**Chapitre 5** : La relation client : du cross-canal à l'omnicanal

**Chapitre 6** : Nouvelles tendances de la relation client

### Compétences acquises en fin de cours

- Compétence acquises en matière de :
  1. Grands principes méthodologiques d'une stratégie relationnelle d'ensemble
  2. Politique relationnelle par segment
  3. Traduction de la politique relationnelle en contacts privilégiés
  4. Mise en œuvre des actions de recrutement
  5. Mise en œuvre des actions de rétention
  6. Mise en œuvre des actions de développement
  7. Meilleure compréhension des clients et de l'utilisation des canaux
  8. Meilleure compréhension des réseaux sociaux comme outils de la relation client

### Bibliographie

Gestion de la relation client – Total relationship management, Big data et Marketing mobile, 4<sup>ème</sup> édition, F. Jallat, E. Peelen, E. Stevens, P.Volle, 2014.

# Techniques d'animation

Département :

Niveau : L1  L2  L3  M1 \* M2 \*

Formation : CITHEME

Année universitaire : 2014-2015

## Description

**Responsable** : Béatrice galley Dominique Kreziak

**Aspects pédagogiques** :

Voir la maquette pédagogique pour connaître le volume horaire, les ECTS et les modalités d'examen

**Intervenant(s)** : Angello Fabrice Denery

**Lieu de la formation** : IAE Savoie-Mont-Blanc Annecy

**Période d'enseignement** : 2014-2015

## Pré-requis

Avoir une ouverture sur soi-même et les autres

## Objectifs

Developper ses connaissances sur son identité, sa communication, son énergie, son savoir être et faire, ses valeurs...

## Plan

Développer son QE - La Prise de parole – la communication – la vision – les états internes – les valeurs - la reconnaissance – atteindre ses objectifs – la cohésion d'équipe – la confiance – l'estime de soi

## Compétences acquises

Une meilleure connaissance de soi, de ses possibilités , de ses modes de fonctionnements avec soi et son environnement, une meilleure communication, une meilleure vision de ses importants, une meilleure connaissance du mode de fonctionnement de notre cerveau conscient et inconscient

## Bibliographie

## METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3 M1 X M2

Formation : M1

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : B GALEY

Lieu de la formation : CHAMBERY

Période d'enseignement : Semestre 7

### Objectifs

Initier aux méthodes de recherche en gestion afin de faciliter la pratique du travail universitaire, notamment pour la rédaction du projet de master.

### Assurer le suivi et l'encadrement méthodologique des projets des étudiants lors des séances de TD. Pré-requis

### Plan

Introduction à la recherche en gestion.

Les étapes d'une recherche :

- Formulation d'une question de départ.
- Exploration.
- Choix et formulation d'une problématique de recherche.
- Choix de la méthode de collecte de l'information (nature et types de données)
- Traitement et Analyse des données collectées
- Diffusion de la recherche (diffusion orale et écrite) – références bibliographiques

### Compétences acquises en fin de cours

- Savoir structurer un travail de recherche
- Savoir définir une problématique de recherche et adopter un dispositif de collecte de données afin d'y répondre
- Savoir formuler des propositions actionnables à l'égard d'une entreprise

### Bibliographie

- DURKHEIM E. (1983), *Les règles de la méthode sociologique*, Presses Universitaires de France, Paris.
- GLASER B.G. et STRAUSS A.L. (1967), *The Discovery of Grounded Theory - Strategies for qualitative research*, New York : Aldine Publishing Company.
- GHIGLIONE R. et MATALON B. (1985), *Les enquêtes sociologiques: théories et pratiques*, Armand Colin.
- MILES M. et HUBERMAN M. (1991), *Analyse des données qualitatives Recueil de nouvelles méthodes*, Bruxelles, De Boeck.
- MUCCHIELLI A. (1991), *Les méthodes qualitatives*, PUF.

## **Anglais Langue Technique Appliquée 1 LTA1**

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 x M2

Formation : Master 1

Année universitaire : 2014-2015

### **Description**

**Coordinateur(trice) de la matière : Christopher Griffin**

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** semestre 7

### **Objectifs**

To give the students the vocabulary and grammar tools in English to function effectively in the tourism and hospitality sectors

To prepare the students for customer service tasks (assisting with directions, organizing trips, dealing with complaints), the correction of documents intended for an Anglophone audience in English and to understand marketing vocabulary for tourism and hospitality in English.

### **Pré-requis**

### **Plan**

- Correcting a document in English – correction of the Chambéry tourist office's website
- Giving directions in English (using maps of New York as a basis)
- After giving directions in English in New York – a short group exercise on creating a French tourism or hospitality business in New York using a tourist guide of Brooklyn as the basis
- Customer service techniques – videos of customer service problems in the U.S. and how to deal with it, with a discussion (with different documents for tourism and hotel management students)
- Quiz on the vocabulary related to the above topics
- Marketing vocabulary and techniques in English with the theme of ski resorts (watching video advertisements of ski resorts in the U.S. and learning how to critique them – with an acquisition of vocabulary related to ski resorts as well)
- Group exercise prepared over several weeks with an oral project creating an event to market a ski resort to foreign tourists (model: ASICS's Outrun the Sun event)
- A listening and written comprehension exam at the end on the ski resort theme

### **Compétences acquises en fin de cours**

- Acquisition of tourism and hospitality vocabulary in English with key grammar concepts
- The ability to guide English-speaking tourists to a destination
- The ability to deal with customer service problems in English
- The ability to think creatively about marketing and events in the tourism and hospitality sector with expression in English

### **Bibliographie**

## ALLEMAND LANGUE TECHNIQUE APPLIQUEE 1

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 CITHEME

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur de la matière : Dominique Péronnet

Lieu de la formation : Chambéry (Site de Jacob-Bellecombette)

Période d'enseignement : Semestre 7

### Objectifs

Consolider et approfondir les compétences linguistiques en allemand en partant de sujets spécifiques à la formation et en apportant sur ces sujets un éclairage « germanique »

### Pré-requis

Niveau B1 du CECRL

### Plan

Le programme est organisé selon trois axes :

- la présentation des points forts de l'économie touristique allemande
- la présentation d'entreprises spécifiques, de régions, d'activités touristiques, d'événements
- la présentation de l'expérience acquise par les étudiants

### Compétences acquises en fin de cours

- Comprendre des documents écrits/oraux en allemand sur des sujets ayant trait à la formation
- Etre capable de résumer et commenter des documents, à l'écrit et à l'oral
- Etre capable de faire une présentation structurée et argumentée devant un public

### Bibliographie

5 références au maximum

## langue technique appliquée (LTA) 1 - Italien

Département : CITHEME et CMI

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 CITHEME et M1 CMI

Année universitaire : 2014-2015

### Description

**Coordinateur(trice) de la matière :** Sandra D'Errico

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** Semestre 1

### Objectifs

Améliorer l'expression orale de l'étudiant et sa capacité de compréhension de la langue italienne à travers l'étude de documents divers (reportages télévisés, articles de journaux) tirés de l'actualité du tourisme, de l'hôtellerie et de la culture économique italienne.

### Pré-requis

- Niveau de compétence pré-requis : B2 (utilisateur indépendant)

### Plan

- Le tourisme culturel, les villes d'art.
- Marché de la mode, design.
- Rappel des principales règles de grammaire à maîtriser.

### Compétences acquises en fin de cours

- Niveau de compétence visé : niveau B2 (avancé)
- Compétence linguistique (lexicale, grammaticale, phonologique).
- Activités langagières pratiquées : la compréhension de l'oral et de l'écrit et l'expression orale.

### Bibliographie

[www.beniculturali.it](http://www.beniculturali.it) ; <http://www.enit.it>

Presse italienne : *Il Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa*.

Marie-Line Cassagne, *Les clés de l'italien moderne*, édition Ellipses, 2010.



## Allemand - société & culture

Département : CITHEME et CMI

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : Master1

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : **Ute Lemke**

Lieu de la formation : **Chambéry**

Période d'enseignement : semestre 1

### Objectifs

- Acquisition de connaissances de base concernant les réalités sociales, politiques et culturelles de l'Allemagne.
- perfectionnement des connaissances linguistiques, notamment expression et compréhension orales

### Pré-requis

Niveau B1-B2 du Cadre européen de référence (CECR)

### Plan

Ce cours retrace les principales étapes de l'histoire allemande de la division à l'unification. On abordera :

- nationale Symbole
- Feiertage und Bräuche
- politische Institutionen, Parteien
- Hauptstadt Berlin
- Neue Wache
- demographische Probleme
- Kirche
- deutsch-französische Beziehungen
- Medien

### Compétences acquises en fin de cours

### Bibliographie

## M1 - espagnol : Société et Culture

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 CITHEME

Année universitaire : 2014-2015

### Description

**Coordinateur(trice) de la matière :** Pierre Savouret

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** Semestre 7

### Objectifs

- Etude de clefs de compréhension de la société et de la culture espagnoles
- Acquisition du lexique propre aux thèmes étudiés

### Pré-requis

- Niveau de compétence pré-requis : B1-B2 (utilisateur indépendant)

### Plan

- Le Franquisme – La Transition –La Démocratie
- La monarchie
- Les nationalismes basques et catalans - Gibraltar
- La crise économique et sociale

### Compétences acquises en fin de cours

- Niveau de compétence visé : niveau B2 (avancé)
- Compréhension, analyse et commentaire de documents textuels, filmiques et iconographiques sur l'actualité sociale et politique espagnole.

### Bibliographie

## Italien : Société et Culture

Département : CITHEME et CMI

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 CITHEME et M1 CMI

Année universitaire : 2014-2015

### Description

**Coordinateur(trice) de la matière :** Sandra D'Errico

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** Semestre 1

### Objectifs

Enrichir le vocabulaire, faciliter la communication, accroître la connaissance de la civilisation et de la culture italienne à travers l'étude de comportements sociologiques (démographie, habitudes sociales, tendances culturelles) et de l'influence des événements sociaux sur l'économie italienne.

### Pré-requis

- Niveau de compétence pré-requis : B2 (utilisateur indépendant)

### Plan

- Actualité de la vie culturelle et de la vie politique Italienne.
- Expo Milan 2015 - Nourrir la Planète, Energie pour la Vie
- Rappel des principales règles de grammaire à maîtriser.

### Compétences acquises en fin de cours

- Niveau de compétence visé : niveau B2 (avancé)
- Compétence linguistique (lexicale, grammaticale, phonologique) et socio-linguistique (prise en compte du contexte socio-culturel).
- Activités langagières pratiquées : la compréhension de l'écrit et de l'oral. L'expression orale en interaction.

### Bibliographie

<http://www.cultura.rai.it> ; <http://video.repubblica.it>

Presse italienne : *Il Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa*.

Marie-Line Cassagne, *Les clés de l'italien moderne*, édition Ellipses, 2010.

## Français sLangue de l'Entreprise - FLE

Département : CMI L3 et CITHEME DU

Niveau : L1  L2  **L3**  **M1**  M2

Formation : CMI L3 et CITHEME DU

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : Mme Bakhta PERRIER

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : semestre 5

Langue d'enseignement : français

### Objectifs

Une capacité pour l'étudiant

- d'analyser et de rendre compte, par écrit et oralement des tableaux , des pourcentages,
- de comprendre de développer ou de résumer des textes argumentatifs
- de souligner et d'extraire les idées principales de documents sonores (prise de notes)
- de reformuler des expressions selon le registre de vocabulaire
- d'exprimer des points de vue pour en débattre

### Pré-requis

Niveau B1 du CECR

Groupe niveau intermédiaire B1

Groupe niveau avancé B2

### Plan

Documents écrits sur

**la situation du travail des femmes et des jeunes** en France de nos jours et dans les années 60 (ex : texte de Simone de Beauvoir)

**la place des transports** dans la vie des français (tableau avec comparaison entre différents transports et différentes périodes) ,\*

**l'individu et la société** (type de consommateurs, le choix des vacances et correspondance entre agence de tourisme et clients mécontents)

**la discrimination au travail** et dans la société (analyse de docs littéraires, sonores et administratifs)

### Compétences acquises en fin de cours

**points de grammaire aussi** qui entrent dans la rédaction (articulateurs, discours rapporté, concordance de temps, l'emploi des verbes déclaratifs pour une meilleure appréciation des nuances..) et la ponctuation (la place de la virgule et les guillemets))

→ participation en classe (Travail maison sur documents écrits et prise de parole , importance d'un travail assidu)

→ et contrôle continu : trois évaluations en classe (vocabulaire et grammaire, compréhension écrite , minutes compréhension orale)

### Bibliographie

Auteur(s)	Titre	Année de parution	Maison d'édition
Elodie Heu et	Edito B2	2006	Didier

# FRANCAIS DU TOURISME - FLE

Département : I.A.E Chambéry

Niveau : L1  L2  **L3**  **M1**  M2

Formation : CITHEME

Année universitaire : 2014-2015

## Description

**Coordinateur(trice) de la matière : Evelyne BONET**

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** 1<sup>er</sup> semestre et 2<sup>ème</sup> semestre 2014/2015

## Objectifs

*Amener les apprenants à communiquer à l'oral essentiellement (CO et PO) dans des situations des professions du tourisme*

*Acquérir du vocabulaire pour travailler dans le tourisme.*

## Pré-requis

- Niveau du CECR **A2+ au B2** en langue française
- Avoir des bases en tourisme dans leur langue maternelle

## Plan

### Savoir

- Accueillir le client – Concevoir et dire un discours de bienvenue.
- Questionner – Conseiller - Mener un entretien de vente.
- Rassurer - Répondre au mécontentement des clients.
- Négocier - Argumenter (avec les différents acteurs de la vie professionnelle).
- Concevoir un circuit guidé en autocar d'une ville, une région.
- Concevoir un circuit écrit et le présenter oralement.
- Utiliser des outils linguistiques pour une visite guidée.
- Exposé : concevoir un produit touristique, le vendre.
- Comprendre les demandes, situations professionnelles.

## Compétences acquises en fin de cours

savoir-dire, savoir-faire, savoir-comprendre, savoir concevoir etc... cf ci-dessus.

## Bibliographie

Auteur(s)	Titre	Année de parution	Maison d'édition
Documents authentiques	Catalogues touristiques Articles de presse		
Anna-Marie CALMY	Le français du tourisme	2004	Hachette FLE
Descotes-Eurin-Rolle-Szilagyi	La voyagerie	1992	PUG
CORBEU-DUBOIS- DESCOTES	Tourisme.com	2004	Clé International

## GOVERNANCE

Département :

Niveau : L1  L2  L3  M1  M2

Formation :

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : Pierre Hamberger

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : Semestre 7

### Objectifs

Comprendre ce qu'est la compétence Office de Tourisme  
Les règles de droit régissant la mise en œuvre d'un OT  
La gouvernance touristique et les outils juridiques adaptés à la gouvernance choisie

### Pré-requis

L'organisation des acteurs touristiques d'un territoire et d'une destination

### Plan

- Cas pratiques

### Compétences acquises en fin de cours

L'organisation des acteurs

### Bibliographie

# COURS COMMUNICATION – MEDIA

## SYLLABUS 2014 / 2015

### Objectifs pédagogiques du cours :

- **Bases théoriques** : comprendre la mécanique de la communication institutionnelle, ses composantes, ses objectifs et l'importance du message.
- **Bases méthodologiques** : appliquer des méthodes efficaces pour conduire une action de communication et formaliser un message.
- **Approche concrète** des pratiques en communication à travers des exemples divers.

### Chaque séance est organisée autour :

- D'une mise en situation / temps de réflexion sur un exemple concret
- La reprise des principes théoriques et méthodologiques tirés de l'exemple.

***A l'issue de chaque séance, un Powerpoint reprenant les éléments théoriques et méthodologiques principaux du cours est diffusé aux étudiants.***

### Séance n°1 : Introduction à la communication - Le mécanisme de communication et ses composantes

***Introduction*** : typologie des formes de communication – Objet du cours : la communication institutionnelle.

***Réflexion de groupe autour de l'affiche de la campagne de communication de la Marine nationale : Être marin.***

1. Le mécanisme de la communication
  - a. Le schéma de la communication // Emetteur, canal, message, récepteur, feedback.
  - b. Interdépendance des composantes du mécanisme de communication
    - i. Emetteur / Feedback
    - ii. Notion de positionnement de l'émetteur
    - iii. Positionnement / Récepteur
2. La notion de « brief »
  - a. Décryptage de quelques exemples de campagne
  - b. Les questionnements préalables : Qui ? Pourquoi ? A qui ?
  - c. Le choix du canal / Typologie des outils de communication

### Séance n°2 : Le message en communication

## ***Réflexion / Echange autour d'une communication publi-rédactionnelle de Mc Donald's.***

1. Informer / communiquer : quelles différences ?
  - a. Le feedback
  - b. Le contexte
  - c. Information // Message
2. La place centrale du message en communication
  - a. Les éléments constitutifs du message : texte, image
  - b. Positionnement et contenu du message
  - c. Récepteur et contenu du message

Conclusion : base méthodologique pour la construction du message en communication.

## **Séance n°3 : Techniques de l'écriture en communication**

***Mise en situation rédactionnelle : écriture en groupe d'un même texte à destination de cibles différentes.***

1. Les règles de l'écriture en communication // Ecriture journalistique
  - a. Ecrire court
  - b. Être compris
  - c. Choisir un angle // Positionnement
2. Ecrire pour faire passer un message - Méthodologie
  - a. Poser le cadre de la communication
  - b. Définir le message essentiel
  - c. Structurer son message
3. L'exemple du communiqué de presse
  - a. De quoi parle-t-on ?
  - b. Quand l'utiliser ?
  - c. Plan / présentation type

Conclusion : écrire en fonction du canal – le cas spécifique du Web.

## **Séance n°4 : La communication publique**

***Mise en situation : Imaginer une action de communication pour un émetteur public à partir d'un brief.***

1. De quoi parle-t-on ?
  - a. Définition : par l'émetteur / par la nature du message
  - b. Les spécificités de la communication publique
    - i. L'émetteur
    - ii. Le récepteur
    - iii. Les finalités
2. La communication publique territoriale – L'exemple du Département de la Savoie



- a. Les origines de la communication publique territoriale
- b. L'exemple de la communication du Département de la Savoie
  - i. Organisation et moyens
  - ii. Finalités
  - iii. Outils

## **Séance n°5 : Communication publique // La démarche de marketing territorial**

- 1. De quoi parle-t-on ?
  - a. Définition et champ d'application du marketing territorial
  - b. Entreprises vs Territoires
  - c. Mise en œuvre
- 2. Territoire : du concept géographique à la marque
  - a. Mise en situation : créer une marque de territoire
  - b. Attributs de la marque et territoire
- 3. L'exemple de Savoie Mont Blanc
  - a. Territoire et gouvernance
  - b. Problématiques, objectifs et stratégie
  - c. Mise en œuvre

## **Séance n°6 : Oraux d'évaluation**

Par groupe de 5 personnes maximum, les étudiants présentent l'analyse d'une action de communication qu'ils ont choisie, préalablement validée par l'enseignant.

Voir cahier des charges joint diffusé à l'issue de la première séance.

# GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Département :

Niveau : M1

Année : 2015 2016

Filière : CITHEME

## Informations générales :

Responsable : Béatrice GALEY

Aspects pédagogiques :

Total heures	Heures CM	Heures TD	Heures TP	Autres heures	ECTS
24h	24h	10,5h			

Code Apogée : - Libellé court :

Intervenant(s) : Lieu de la formation : IAE Chambéry

Période d'enseignement : Semestre 8

## Objectifs:

Initiation aux principaux « métiers » de la fonction Ressources Humaines.

Chaque thématique est illustrée par des études de cas pratiques, des supports vidéos, ainsi que des articles de presse, discutés en cours.

## Descriptif :

Thème 1	<b>La fonction Ressources Humaines et ses acteurs</b> Activités et place de la fonction RH / Rôles des acteurs Evolution de la fonction RH et contexte d'action Modèles et priorités Rh aujourd'hui
Thème 2	<b>Le recrutement</b> Analyse des besoins / Méthodes de sélection / Suivi et intégration du personnel
Thème 3	<b>La gestion des rémunérations</b> . Systèmes d'évaluation des postes et de classification . Formes de rémunération individuelle et collective . Gestion de la masse salariale
Thème 4	<b>L'appréciation et le développement des ressources humaines / L'évaluation</b> . Systèmes d'appréciation
Thème 5	<b>La formation</b> . Mobilité et gestion des carrières . Gestion de la formation
Thème 6	<b>La gestion des RH et les TIC</b> <i>Illustration</i> : Textes distribués en cours
Thème 7	<b>La gestion des RH dans les nouvelles formes d'organisation</b> (ex : réseau, structures transversales et/ou apprenantes ...)

## Pré-requis :

% Contrôle continu (CC)	% Contrôle terminal (CT)
	100% CT

## **Bibliographie :**

- *Gestion des Ressources Humaines - Pratique et éléments de théorie*, Loïc CADIN, Francis GUERIN et Frédérique PIGEYRE, Dunod, 1997
- *Ressources Humaines*, Jean-Marie PERETTI, Vuibert, 1998 (5° édition)
- *Tous D.R.H – Les responsabilités Ressources Humaines des cadres et dirigeants*, ouvrage collectif sous la direction de Jean-Marie PERETTI, Les Editions d'Organisation, 2001 (2° édition)
- *Ressources humaines et changement stratégique*, F.Pichault, De Boeck Université, 1993

## CONTROLE DE GESTION ET PLANIFICATION FINANCIERE

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3 M1 X M2

Formation :

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : JA Collomb

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : S8

### Objectifs

- A Replacer le contrôle de gestion dans l'entreprise et le situer dans le cadre de la planification stratégique de celle-ci.
- Comprendre la procédure budgétaire et l'articulation des budgets, analyser les écarts, évaluer les projets d'investissement, cerner les questions entourant le coût du capital.
- Sensibiliser à la gestion de trésorerie et apprendre à mettre en place des tableaux de bord.

### Plan

- A. La place du contrôle de gestion dans l'entreprise.
- B. Planification stratégique et budgets.
- C. Techniques d'élaboration des prévisions (cas du budget des ventes).
- D. Analyse des écarts (contrôle budgétaire).
- E. Choix des investissements et modes de financement.
- F. L'EVA (« Economic Value Added »).
- G. Budget et plan de trésorerie.
- H. Mise en place et suivi des tableaux de bord.
- I. Le BSC (« Balanced Scorecard »)

### Compétences acquises en fin de cours

### Bibliographie

- *Contrôle de gestion et management*, BESCOS, DOBLER, MENDOZA, NAULLEAU (Editions Montchrestien).
- *Finance d'entreprise et Finance de marché* J.A. COLLOMB Collection Eska Chrono (Editions Eska).
- *Le contrôle de gestion* H. BOUQUIN (PUF).

## **Langue Technique Appliquée 2 LTA2 – Anglais – (Tourisme Événementiel)**

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  **M1**  M2

Formation : Master 1 Tourisme - Événementiel

Année universitaire : 2014-2015

### **Description**

**Coordinateur(trice) de la matière : Florence BESSON-REYNAUD**

**Lieu de la formation :** IAE Chambéry

**Période d'enseignement :** semestre 8

**Langue d'enseignement :** Anglais

### **Objectifs**

Niveau du Cadre Européen de Référence en Langues (CECR) : B1-B2

Acquisitions linguistiques : travailler en anglais dans le tourisme et les événements

(révisions de compétences comme dates, heures, chiffres, noms de pays et nationalités, « determiners », ...)

Acquisitions culturelles : Le tourisme et les événements en Grande-Bretagne : quelques aspects.

### **Pré-requis**

Niveau du Cadre Européen de Référence en Langues (CECR) : B1-B2

Login et mot de passe de la messagerie Université de Savoie pour accès au cours sur la plateforme Moodle

### **Plan**

Chaque semaine, un article ou dossier tiré de la presse (*The Economist*) à résumer.

Exercices de compréhension et expression orales :

Thèmes :

- Tourism in Britain
- Marketing Britain : The 2012 GREAT campaign
- Chinese tourists in Europe
- David Cameron's speech on Tourism, the visa policy
- Organising a trip (« flying down to Rio »)

Lecture obligatoire de *The Beach* Alex Garland et film : commentaire et débat

### **Compétences acquises en fin de cours**

Travail des 4 compétences linguistiques :

Oral : compréhension (audio, vidéos);

Expression (role plays, oral presentations)

Écrit : compréhension (roman + textes de presse à lire, sites web à consulter) ;

expression (ex vocabulaire, textes à résumer et commenter, traduction, essay-writing).

### **Bibliographie**

GARI AND Alex *The Beach* Penguin Readers with audio recording (à acheter)

## M1 - Langue Technique Appliquée LTA 2 : anglais Hôtellerie

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1  M2

Formation : Master 1 - Hôtellerie

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : Jean CLERC

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : semestre 8

### Objectifs

Approfondissement de termes et de notions de management et de commerce appliquées à l'hôtellerie

### Pré-requis

Niveau B1+

Bases solides en anglais des affaires .

### Plan

- Etudes de vidéos et de textes portant sur le management hôtelier .

### Compétences acquises en fin de cours

- Connaissances et compréhension de termes relatifs au management hôtelier( revpar, OTA, Yield etc)

### Bibliographie

Business week, The Economist, Financial Tmes

## **M1 – Anglais Approfondissement : Société et Culture**

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  **M1**  M2

Formation : Master 1

Année universitaire : 2014-2015

### **Description**

**Coordinateur(trice) de la matière : Jean CLERC**

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** semestre 8

### **Objectifs**

Cours de langue ( compréhension/ expression) basée sur l'étude des phénomènes sociaux, culturels et économiques actuels de la GB et des USA .

### **Pré-requies un an**

Parler et écrire un anglais efficace et avoir une culture générale correcte .

### **Plan**

- Etudes de textes et de videos ( BBC , presse de qualité) .

### **Compétences acquises en fin de cours**

- Savoir exprimer une opinion de manière convaincante et nuancée sur un sujet complexe .

### **Bibliographie**

The Economist, The Times, The NY Times .

## ALLEMAND Langue Technique Appliquée LTA

Département : CITHEME et CMI

Niveau : L1  L2  L3 M1 X M2

Formation : Master 1

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : **Dominique Peronnet**

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : semestre 8

### Objectifs

Consolider et approfondir les compétences linguistiques en allemand en partant de sujets spécifiques à la formation et en apportant sur ces sujets un éclairage « germanique »

### Pré-requis

Niveau B1 du CECRL

### Plan

Pays à risques et management de crise

Le carnaval en Allemagne

Des exemples de communication d'hôtels ; exercice : réaliser un commentaire sur une vidéo muette

L'ITB Berlin, grand salon professionnel

Les croisières

Les nouveaux métiers

### Compétences acquises en fin de cours

- Comprendre des documents écrits/oraux en allemand sur des sujets ayant trait à la formation
- Etre capable de résumer et commenter des documents, à l'écrit et à l'oral
- Etre capable de faire une présentation structurée et argumentée devant un public
- Etre capable de participer à un jeu de rôle

### Bibliographie



## M1 - espagnol : LTA2

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 CITHEME

Année universitaire : 2014-2015

### Description

**Coordinateur(trice) de la matière :** Pierre Savouret

**Lieu de la formation :** Chambéry

**Période d'enseignement :** Semestre 8

### Objectifs

- Compréhension écrite : étude de documents portant sur les spécialités (Tourisme, Hôtellerie, Événementiel)
- Compréhension orale : étude de vidéos portant sur les spécialités
- Expression orale : synthèse orale, animation et participation à des débats portant sur les spécialités
- Expression écrite : synthèse écrite

### Pré-requis

- Niveau de compétence pré-requis : B1-B2 (utilisateur indépendant)

### Plan

- Chaque cours s'organise de la façon suivante :
  - 1h de lecture et préparation par groupe de la synthèse d'un dossier thématique
  - 1h de présentation orale de la synthèse et animation d'un débat collectif sur le thème du dossier
- Exemples de dossier :
  - El turismo de borrachera en Lloret de Mar
  - Hoteles sin niños
  - El Dakar por Suramérica

### Compétences acquises en fin de cours

- Niveau de compétence visé : niveau B2 (avancé)
- Compréhension écrite : Acquisition du vocabulaire technique, Capacité de lecture rapide, Capacité de synthèse, Capacité à travailler en groupe
- Compréhension orale : Capacité à synthétiser un document vidéo
- Expression orale : Capacité à restituer une synthèse non rédigée
- Expression écrite : Capacité à rédiger une synthèse
- Interaction : Capacité à animer un débat et à y participer

## Italien : langue technique appliquée 2 – LTA2

Département : CITHEME et CMI

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 CITHEME et M1 CMI

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : Sandra D'Errico

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : Semestre 8

### Objectifs

Améliorer l'expression orale et écrite de l'étudiant et sa capacité de compréhension de la langue italienne à travers l'étude de documents divers (reportages télévisés, articles de journaux) tirés de l'actualité du tourisme, de l'hôtellerie et de la culture économique italienne.

### Pré-requis

- Niveau de compétence pré-requis : B2 (utilisateur indépendant)

### Plan

- L'« agriturismo », la catégorie luxe, les chaînes d'hôtels internationales implantées sur la Péninsule
- Les points forts du « Made in Italy » (habillement, textile, chaussures, mobiliers, cuisines, salles de bain, agroalimentaire, automobile de luxe etc.) ; la concurrence étrangère.
- Rappel des principales règles de grammaire à maîtriser.

### Compétences acquises en fin de cours

- Niveau de compétence visé : niveau B2 (avancé)
- Compétence linguistique (lexicale, grammaticale, phonologique).
- Activités langagières pratiquées : la compréhension de l'oral et de l'écrit et l'expression orale et écrite.

### Bibliographie

[www.beniculturali.it](http://www.beniculturali.it) ; <http://www.enit.it>

Presse italienne : *Il Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa*.

Marie-Line Cassagne, *Les clés de l'italien moderne*, édition Ellipses, 2010.

## Tourism Behavior

Département :

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 TOURISME HOTELLERIE & LOISIIRS 2'h CM

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinatrice de la matière : ISABELLE FROCHOT

Lieu de la formation : CHAMBERY / JACOB BELLECOMBETTE

Période d'enseignement : semestre 8

### Objectifs

The aim of this lecture is to give students a complete understanding of the behaviour specifically in the context of tourism consumption.

To comprehend all the steps involved in a holiday choice

To understand to which extent market segmentation can bring a finer analysis of tourism demand

To understand how service quality and satisfaction can be enhanced through service design and a full comprehension of tourists' needs.

### Pré-requis

A solid knowledge in marketing

### Plan

Introduction: Course Structure, Expectations, and Evaluation

Tourist Behaviour: An Overview

New trends in tourist behaviour

Tourists' needs and Motivation

Tourists' typologies: examples and Approaches

Tourist segmentation an application with benefit segmentation

Service quality and satisfaction

Post-consumption evaluations

### Compétences acquises en fin de cours

Capacity to understand the key components of tourist behaviour

Ability to undertake segmentation, and understand how to strategically analyse the results of a segmentation procedure

Understand the differences between service quality and satisfaction and their link to post-purchase evaluations

### Bibliographie

Swarbrooke J. and Horner S. (2007) *Tourist Behaviour*, Butterworth-Heinemann.

# Sustainable Tourism (Felicity Fallon)

Département :

Niveau : L1  L2  L3  M1  M2

Formation :

Année universitaire : 2014-2015

## Description

Coordinateur(trice) de la matière : Isabelle Frochot

Lieu de la formation : [Chambery](#)

Période d'enseignement : Semestre 8

## Objectifs

Understand the key positive and negative environmental, social and economic impacts of tourism.

## Pré-requis

An understanding of English in order to follow the course.  
A basic understanding of the tourism industry.

## Plan

- History of sustainable tourism.
- Environmental, social and economic impacts of tourism in the world.
- Film "The Inconvenient Truth" as introduction to climate change.
- Policies and practices related to sustainable tourism internationally, nationally and locally.
- The importance of good governance in managing sustainable tourism projects.
- Case study on Agenda 21 in Calvia, Majorca.
- Visioning exercise on tourism in 2023 according to different scenarios

## Compétences acquises en fin de cours

- Know the key vocabulary relating to Sustainable Tourism in English
- Be able to analyse a tourism project according to sustainability criteria

## Bibliographie

Auteur(s)	Titre	Année de parution	Maison d'édition
Page and Connell	Tourism a modern synthesis	2009	South-Western Cengage Learning

## Patrimoine culturel

Département : CITHEME

Niveau : L1  L2  L3  M1 X M2

Formation : M1 Management du Tourisme

Année universitaire : 2014-2015

### Description

Coordinateur(trice) de la matière : Coordination conjointe F. Fallon et R. Mencarelli

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : semestre 8

### Objectifs

Texte : Ce cours offre la possibilité à l'étudiant de se familiariser avec les spécificités du tourisme culturel en adoptant une perspective centrée à la fois sur le consommateur (attentes, comportements particuliers,...) et sur l'offre (particularités des réflexions et dispositifs marketing déployés dans la sphère culturelle).

### Pré-requis

Texte : Pré-requis en marketing

### Plan

Partie 1 – Le tourisme culturel : quel marketing ?

Section 1 : Panorama du tourisme culturel

Section 2 : Le marketing associé au tourisme culturel

Partie 2 : Focus sur des destinations culturelles

Section 1 : Les musées superstars

Section 2 : Les sites touristiques ludo-éducatifs

Section 3 : Les destinations touristiques liées à l'art contemporain

Section 4 : Les villes créatives : une nouvelle attraction touristique ?

### Compétences acquises en fin de cours

- Maîtriser les principaux enjeux liés au développement du tourisme culturel à la fois pour les organisations relevant du secteur touristique et pour les organisations relevant du secteur culturel
- Connaître les principales institutions culturelles sources de trafic touristique à l'échelon national et international
- Maîtriser la politique marketing de ces institutions culturelles

### Bibliographie

Bourgeon-Renault D., Debenedetti S., Gombault A. et Petr C. (2013), Marketing de l'art et de la culture : spectacle vivant, patrimoine et industries culturelles, Dunod, 2<sup>ème</sup> ed., Paris.

Donnat O. (2008), Les pratiques culturelles des français, La Documentation française, Paris.

# Tourisme de patrimoine (Felicity Fallon)

Département :

Niveau : L1  L2  L3  M1  M2

Formation :

Année universitaire : 2014-2015

## Description

Coordinateur(trice) de la matière : Isabelle Frochot

Lieu de la formation : Chambéry

Période d'enseignement : semestre 8

## Objectifs

To understand the importance of heritage interpretation in order to meet different visitors' needs in a competitive leisure and tourism marketplace.

## Pré-requis

An understanding of English in order to follow the course.

An understanding of the importance of heritage as part of the modern tourist experience.

## Plan

- Definition of Heritage
- Definition of Interpretation
- Breakdown of the different elements of the Visitor Experience in a heritage site
- Visit to Chambéry Art Museum and analysis in groups of the visitor experience for different kinds of visitor e.g. children, foreigners, disabled people, seniors
- Group presentations
- Case studies of innovative interpretation projects from round the world e.g. USA, GB, Slovenia, Sweden

## Compétences acquises en fin de cours

- Know the key vocabulary relating to Heritage Interpretation in English
- Be able to analyse a heritage attraction in terms of its interpretation offer
- Break down visitors to heritage attractions in terms of their interpretative needs
- Understand how new technologies can be used to improve heritage interpretation

## Bibliographie

ASTC Education: <http://www.astc.org/resource/education/index.htm>

Group for Education in Museums (GEM): <http://www.gem.org.uk/>