



Institut Francilien D'Ingénierie des Services (IFIS)

MASTER M2

Capacité d'accueil : 20 étudiants

DOMAINE Droit, Economie, Gestion

Formation disponible en

Formation Initiale

Formation Continue

VAE

• Modalités de candidature :

- Candidature en ligne sur l'application eCandidat :  
<https://candidatures.u-pem.fr>

- Etudiant hors UE : Campus France

• Lieux de formation :

Institut Francilien d'Ingénierie des Services (IFIS) - 6/8 cours du Danube - 77700 SERRIS

• Calendrier :

Semestre 4 : enseignements de perfectionnement à distance + stage de 6 mois en France ou à l'étranger OU entrepreneuriat et incubation.

• Contacts :

- Responsable de formation : Sylvain ZEGHNI

- Secrétaire pédagogique : Patricia ESTEVAO

Bureau : 124

Téléphone : 01 60 95 78 09

Email : [Patricia.Estevao@u-pem.fr](mailto:Patricia.Estevao@u-pem.fr)

- Bureau d'Accueil et d'Information des étudiants : Isabelle LE

GOUILL

Bureau : 111

Téléphone : 01 60 95 78 14

Email : [contactifis@u-pem.fr](mailto:contactifis@u-pem.fr)

Pour candidater : <https://candidatures.u-pem.fr/>

Plus d'informations :

Service Information, Orientation et Insertion Professionnelle

(SIO-IP) : [sio@u-pem.fr](mailto:sio@u-pem.fr) / 01 60 95 76 76

### POUR Y ACCÉDER

- Formation initiale : Master 1 Tourisme ou équivalent validés (240 crédits obtenus), sélection sur dossier, projet professionnel et entretien de motivation.

Pour une entrée directe en Master 2, une expérience dans le secteur du management de destination (DMO, Agence d'attractivité, CRT, CDT...) est souhaitée ainsi qu'une maîtrise du management de projet, du Marketing et de la relation client.

- Formation continue / contrat de professionnalisation / VAE : accès sur dossier, expérience et projet professionnel.

### COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser les enjeux sectoriels : différencier les stratégies des acteurs, identifier les composantes sociétales, technologiques et économiques de l'offre et la demande.

- Travailler en groupe-projet : animer une équipe, participer à la création de savoir.

- Manager une destination dans toute sa complexité : connaissance des clients et des marchés, aménagement du territoire, développement de marques, community management, stratégie digitale.

### APRÈS LA FORMATION

Le parcours MD initie les étudiants à la compréhension de la notion complexe de « destination » qui s'apparente à un écosystème et un réseau d'acteurs. La gouvernance, la valorisation des ressources et des avoirs matériels et immatériels de la destination, sa présence sur Internet et les médias sociaux, sa stratégie de développement et d'innovation tout comme la capacité à prendre en compte l'ensemble des acteurs sont autant d'éléments abordés dans ce parcours. Les étudiants sont associés à la stratégie de développement des destinations (marketing, digital, marques, expérience, mise en tourisme, etc.) via les projets et études de cas. Ils peuvent poursuivre en doctorat.

### LES + DE LA FORMATION

- Une ouverture sur le monde, sur le secteur du tourisme, une forte implication des professionnels, une pédagogie innovante centrée sur l'étudiant qui valorise les challenges, les projets et qui stimule l'autonomie [e-learning, entrepreneuriat, apprentissage par problèmes, visual thinking] et la créativité. Les étudiants ont la possibilité de rédiger leurs travaux en anglais.

- La réalisation d'un ePortfolio pour consigner les réalisations, apporter les preuves d'acquisition des compétences et porter les validations.

- La localisation sur la Val d'Europe territoire d'accueil de Disneyland Paris et de Villages Nature.

## PROGRAMME

### COMPRÉHENSION DE L'ENVIRONNEMENT DU TOURISME

Gestion de crise  
Géopolitique  
Mobilité et tourisme

### COMPÉTENCES TRANVERSALES

Réalisation d'un projet  
Séminaire et initiation à la recherche  
Culture générale et approfondissement des connaissances  
Challenge Crash-test de fin d'année  
Les éléments ci-dessous sont à choix :

Création d'entreprise et entrepreneuriat  
GRH et développement des compétences  
Culture et patrimoine  
Enquête, analyse et traitements des données  
--- Fin de liste à choix ---

### MANAGER UNE DESTINATION DANS TOUTE SA

#### COMPLEXITÉ

Management de la marque  
Aménagement et gouvernance des territoires  
Ventes et Revenue management  
Stratégie de développement des Destinations  
Marketing expérientiel  
Patrimoine matériel et immatériel  
Veille et innovation

### INFORMATION, COMMUNICATION, DATA

Stratégie de communication digitale appliquée  
La donnée numérique touristique

### COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Conférences et visites  
Stage de 6 mois et rapport professionnel  
Portfolio de compétences  
Travail d'étude et de recherche  
Atelier "traces" et suivi du e-Portfolio étudiant