

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES

SOMMAIRE

Arrêté portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur *Animation et gestion touristiques locales*

ANNEXE I

Référentiel des activités professionnelles

Référentiel de certification

Compétences (ie savoir-faire)

Savoirs associés

S1 - Français

S2 - Communication en langues étrangères (langue A, anglais, langue C fac.)

S3 - Analyse spatiale

S4 - Économie et droit appliqués au tourisme

S5 - Analyse du territoire : aspects historiques et patrimoniaux

S6 - Mercatique

S7 - Gestion

S8 - Action et animation touristiques

Unités constitutives du référentiel de certification du domaine professionnel

ANNEXE II

Conditions d'acquisition de la professionnalité

- Stage en milieu professionnel

- Projets et actions professionnelles touristiques

ANNEXE III

- Horaires

ANNEXE IV

Règlement d'examen

ANNEXE V

Définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en cours de formation

E1 - Français

E2 - Communication en langues étrangères (langue A et anglais)

E3 - Analyse de l'espace territorial

E4 - Économie et droit appliqués au tourisme

E5 - Études d'opérations touristiques

E6 - Conduite et présentation d'actions professionnelles

Épreuves facultatives

Langue vivante étrangère C

ANNEXE VI

Tableau croisé unités - savoirs

Tableau de correspondance entre les épreuves et les unités du BTS *Tourisme-loisirs*
option accueil animation et celles du BTS *Animation et gestion touristiques locales*

ANNEXE I

RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

1. CHAMP D'ACTIVITÉ

1.1. Définition

Le titulaire de ce BTS est un professionnel polyvalent qui intervient dans l'animation de territoires, le montage de projets touristiques, l'organisation d'opérations promotionnelles, l'accueil, participant ainsi au développement de l'économie locale.

- Il met en place des événements, des manifestations (séminaires, congrès, salons, spectacles, festivals, manifestations sportives ou culturelles...) pour le compte d'entreprises, de professionnels, d'institutions, de collectivités...
- Grâce à sa connaissance des ressources du territoire, des structures administratives et institutionnelles, il œuvre à la mise en valeur du patrimoine en suscitant les coopérations des partenaires, en organisant des visites de villes et circuits, en accueillant et prenant en charge des groupes, en présentant œuvres et sites, en tant que guide-interprète régional.
- Il coopère à l'élaboration de la documentation touristique locale, à sa diffusion multimédia auprès des partenaires et des touristes français ou étrangers.
- Il participe à la gestion de l'animation des territoires, au développement local durable et, dans ce cadre, accompagne le montage de projets.
- Il apporte son concours à la création et à la gestion d'unité d'accueil - loisirs.

1.2. Contexte professionnel

1.2.1. Emplois concernés

Les métiers visés sont très diversifiés et aux statuts hétérogènes. Ceux qui les exercent sont soit des salariés soit des indépendants. Ils peuvent être des travailleurs en "multiactivité" en relation avec plusieurs employeurs. Ils exercent, en fonction de leur expérience et des opportunités, à trois niveaux de responsabilité :

A. Responsabilité pouvant aller jusqu'à la prise de décision :

- agent de développement d'un pôle touristique local, coordonnateur de l'action locale
- concepteur-organisateur de visites de villes, de circuits, excursions,
- guide-accompagnateur de groupes, y compris ceux composés de personnes à besoins spécifiques
- organisateur d'événements locaux,
- responsable d'une équipe,
- responsable d'une petite unité touristique.

B. Niveau assistance

- assistant du promoteur d'événements, attaché de presse touristique locale
- assistant du responsable ou gestionnaire de structure d'accueil touristique rurale (par ex. village de vacances, villages de gîtes ...)
- assistant d'un gestionnaire de parc de loisirs, de base de loisirs, de complexes d'animations, de jeux et de loisirs...
- assistant d'un autocariste
- assistant des opérateurs du développement touristique local

C. Niveau opérationnel

- personnel des structures du tourisme réceptif et de l'animation locale
- personnel d'information, d'accueil et de commercialisation dans les congrès, séminaires, expositions, salons, manifestations professionnelles, spectacles...
- agent de documentation de d'information touristique régionale/locale (en OTSI), animateur de la base documentaire multimédia
- guide-interprète régional.

1.2.2. Types d'organisations ou d'entreprises

Le titulaire de ce BTS exerce ses fonctions principalement dans toute structure territoriale ou entreprise chargée de :

- l'organisation d'événements, de manifestations
- l'élaboration de projets touristiques
- l'accueil de visiteurs et de touristes
- l'animation
- la promotion touristique.

Les lieux dans lesquels il peut exercer sont les suivants :

- entreprise de gestion d'organisations de salons, de congrès, et de manifestations professionnelles, de spectacles...
- agence de voyage réceptive
- entreprise autocariste
- structures locales, départementales ou régionales du tourisme,
- collectivités territoriales
- association à vocation touristique, socioculturelle,
- unité d'accueil et d'hébergement de touristes, notamment parc de loisirs, hôtellerie de plein air, village de vacances, gîtes ruraux, complexes d'animations, de jeux et de loisirs...,
- structures de mise en valeur touristique du patrimoine telles que musée, parc naturel...

1.2.3. Place dans les organisations

Selon la nature et la taille de l'organisation au sein de laquelle le titulaire intervient, il peut être :

- un salarié responsable de la mise en œuvre de la politique définie par les dirigeants de la structure,

- un animateur responsable chargé des différentes tâches, de conception, de réalisation et d'évaluation, de la mise en valeur d'un patrimoine local,
- un gestionnaire de centre de profit,
- un assistant de gestionnaire de projets.

1.2.4. Environnement technique et économique de l'emploi

Collectivités territoriales, organismes ou entreprises dont l'activité est centrée sur le tourisme réceptif et l'animation (autocaristes, hôteliers, entreprises privées ou publiques gestionnaires de centres d'intérêt touristiques...).

1.2.5. Conditions générales d'exercice

Elles varient en fonction des structures, des activités et des statuts de l'organisation qui l'emploie.

Le technicien supérieur peut être cependant soumis à des horaires décalés l'obligeant à travailler le samedi, le dimanche, les jours fériés ainsi que pendant les périodes dites de "haute saison" pour les activités touristiques, périodes de congés scolaires notamment, dans le strict respect de la législation et des conventions collectives.

Maîtrisant les techniques d'organisation, de gestion et d'animation de manifestations, de visites ou de circuits, il utilise en permanence ses compétences en communication que ce soit dans le montage des projets ou dans l'accompagnement des groupes. Son activité peut notamment le conduire à utiliser une ou plusieurs langues étrangères, dont obligatoirement l'anglais.

Sa maîtrise des technologies de l'information et de la communication le conduit à les mettre en œuvre en permanence dans le cadre de son activité.

L'environnement professionnel dans lequel s'exerce son activité exige un comportement et une tenue adaptés, dans le respect de la législation du travail, des règles d'éthique et de déontologie des professions du tourisme.

TABLEAU DE DÉTAIL DES ACTIVITÉS

FONCTION 1

CRÉATION, ÉLABORATION ET CONDUITE D'ÉVÉNEMENTS

- prise en compte des tendances de la demande
- repérage des objectifs et des contraintes
- montage du projet : négociation avec les intervenants, programmation, évaluation du budget
- mise en œuvre des actions de communication
- gestion opérationnelle de l'événement
- évaluation du projet

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources :

Données et informations disponibles

- des données sur le contexte général de l'opération
- des fichiers opérateurs, partenaires, presse, intervenants, participants, banques de données touristiques, réseau professionnel
- des outils et éléments de traitement et de diffusion de l'information
- des contrats de partenariat
- des plannings de déroulement des opérations (contraintes techniques, contraintes temps)
- des documents existants (dossier d'accueil, programme d'excursion, fiche qualité ou fiche d'appréciation, etc.)
- des informations juridiques, comptables, financières et statistiques

Liaisons fonctionnelles

- avec les membres du réseau d'animation du tourisme local et des collectivités ou national (élus ou administratifs responsables du tourisme, représentants des professionnels du secteur transports, hébergement, restauration...)
- avec les intervenants d'une manifestation : donneur d'ordre, exposant, artiste, compagnie d'assurance, service de sécurité, responsables de la communication...
- relation avec l'environnement local
- relation avec les autres acteurs professionnels

Type de processus

- traitement de l'information
- organisation, gestion du temps
- administration

Autonomie, responsabilité

- maîtrise de la logistique
- articulation du travail en équipe
- répartition des tâches
- contrôle des résultats

Brevet de technicien supérieur
ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES

Résultats attendus

FONCTION 2

ÉLABORATION ET CONDUITE DE VISITES ET DE CIRCUITS

- analyse du marché local : sélection des centres d'intérêt et repérage des besoins
- conception d'un produit
- promotion et vente du circuit
- mise en œuvre : accueil, prise en charge et accompagnement des visiteurs français et étrangers, y compris ceux à besoins spécifiques ; guidage, notamment régional
- évaluation de l'activité.

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources :

Données et informations disponibles

- une situation de marché : la concurrence, les caractéristiques de la demande
- documentation technique : bases de données géographiques, culturelles, historiques, patrimoniales
- des fichiers prestataires de services, partenaires, clients
- sources documentaires internes, externes
- des outils et éléments de traitement de l'information
- des logiciels spécialisés
- des plannings de déroulement des opérations (contraintes techniques, contraintes temps)
- des informations juridiques, comptables, financières et statistiques

Liaisons fonctionnelles

- avec les autres prestataires de services,
- avec les animateurs de la politique locale

Autonomie, responsabilité

- pour la conception de la visite et du circuit : travail en équipe, respect des contraintes et des objectifs
- pour le guidage et l'accompagnement : travail individuel qui implique une autonomie et une responsabilité totale

Résultats attendus

- adéquation des propositions aux opportunités
- rigueur de la programmation et fiabilité des devis
- qualité de l'accueil et continuité de l'assistance pendant les déplacements et les séjours
- efficacité de la prise en charge du guidage, de la gestion des visites / circuits
- qualité du contenu culturel des visites, des commentaires, de l'analyse esthétique
- adaptation des messages et des pratiques aux besoins des visiteurs
- degré élevé de satisfaction des participants.

FONCTION 3

GESTION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE

- exploration du potentiel touristique local, régional et des offres concurrentes
- identification des acteurs locaux et de leur système d'information touristique
- coordination des prestataires de ressources locales
- participation à la veille informationnelle, repérages des sources d'information
- organisation de l'information, constitution de bases de données
- gestion des aspects techniques du traitement de l'information
- mise en forme de l'information en fonction de l'objectif poursuivi et choix des supports les mieux adaptés
- choix d'un canal de diffusion de l'information.

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources :

Données et informations disponibles

- des bases de données des ressources touristiques locales, régionales, nationales et internationales
- des fichiers prestataires de services, prescripteurs, presse, clients
- les résultats des études réalisées sur les "attentes-clients"
- des outils et éléments de traitement et de diffusion de l'information
- des outils multimédias
- des informations juridiques, comptables, financières et statistiques

Liaisons fonctionnelles

- prestataires de services informatiques
- prestataires de services communication
- offreurs de sources d'informations sur le tourisme
- organismes professionnels
- autres services de la structure

Autonomie, responsabilité

- prise en compte du rapport efficacité/coût
- autonomie pour les recherches d'informations courantes, les mises à jour et la maintenance en termes de classement
- habilitations nécessaires pour l'accès aux serveurs internes et aux autres moyens de communication (intranet)
- autonomie dans la réalisation des transactions dans la limite des consignes données
- responsabilité des transactions opérées et de leur suivi

Résultats attendus

- rapidité, efficacité dans la mise en œuvre des procédures et la gestion des transactions
- pertinence de l'information par rapport à la demande du client
- qualité de la documentation (accès multiple, explicite et concise à jour)
- pertinence de l'exploitation de la documentation
- pertinence et rapidité des renseignements fournis aux visiteurs

FONCTION 4

ASSISTANCE AU DÉVELOPPEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES

Sous fonction 1 : au sein d'une entité territoriale

- exploitation d'informations sur le potentiel, notamment touristique, de tout ou partie de l'espace régional
- évaluation des possibilités de développement et mise en rapport des différents facteurs (atouts et contraintes)
- négociation exploratoire avec les élus, opérateurs et intervenants du tourisme, recherche de complémentarité, prise en compte des facteurs d'environnement
- élaboration de projet de développement local, repérage de son impact socioculturel, valorisation, argumentation, mise en œuvre, évaluation
- montage juridique et financier des projets

Sous fonction 2 : au sein d'une organisation touristique

- participation aux processus de création d'une structure ou unité d'accueil-loisirs,
- animation et gestion de l'organisation

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources :

Données et informations disponibles :

- des bases de données des ressources touristiques régionales et locales
- des méthodes d'élaboration et de gestion de projet
- des fichiers institutionnels, professionnels, opérateurs, intervenants du tourisme
- les résultats des études réalisées sur les "attentes-clients"
- des éléments de réglementation
- des normes professionnelles : ratio de gestion, coûts d'investissement, indicateurs caractéristiques du poids du tourisme sur un espace donné
- des outils et éléments de traitement de l'information
- des plannings de déroulement des opérations (contraintes techniques, contraintes temps)
- des sources d'informations comptables, financières et statistiques
- les sources de financement publiques et privées

Liaisons fonctionnelles

- représentants des partenaires habituels des entreprises (banque, assurance, représentants de l'État...)
- représentants des collectivités territoriales
- administrations.

Autonomie, responsabilité

Encadrées par le type de structure et le niveau hiérarchique d'intervention

Résultats attendus

Brevet de technicien supérieur
ANIMATION ET GESTION TOURISTIQUES LOCALES

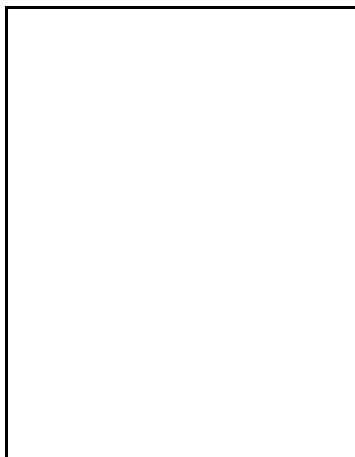
- pertinence des critères et résultats de l'analyse de l'espace
- qualité du projet de développement local, de sa mise en œuvre, pertinence de l'argumentation et du suivi

RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

C1. S'INFORMER, ANALYSER

Le titulaire de ce brevet de technicien supérieur, quelle que soit l'organisation qui l'emploie, maîtrise les techniques de recherche et d'analyse de l'information, qu'il mobilise en français ou en langues étrangères. Il est notamment en mesure de repérer les caractéristiques des marchés du tourisme local et de l'organisation des actions dans ses différentes dimensions (historique, géographique, culturelle, économique et sociale). Grâce au repérage des informations nécessaires sur l'offre, les partenaires, la clientèle, les projets réalisés, en cours ou à venir, il contribue à intégrer son action dans l'environnement. Il est en outre capable de caractériser son organisation et d'y délimiter avec précision son domaine de compétences ou ses champs d'intervention.

CAPACITÉ	COMPÉTENCES
C1 S'INFORMER, ANALYSER	C11 Délimiter son domaine de compétence <ul style="list-style-type: none">• Situer le contenu et les limites de ses fonctions, apprécier son degré d'autonomie dans une structure donnée• Prendre en compte les risques qui s'attachent à ses fonctions et à ses initiatives• Repérer les coopérations nécessaires• Suggérer ou conseiller le recours à d'autres compétences (internes ou externes)• Délimiter son espace d'intervention
	C12 Identifier l'information nécessaire, pour chaque projet ou chaque mission <ul style="list-style-type: none">• Repérer le potentiel touristique d'un espace géographique délimité• Mettre en œuvre une méthode d'exploration du patrimoine régional• Repérer les ressources documentaires disponibles, notamment à caractère touristique• Identifier l'offre touristique et ses différentes composantes, y compris celles destinées aux clientèles à besoins spécifiques• Identifier les opérateurs, intervenants et partenaires, leur rôle, leur mode de fonctionnement• Identifier les attentes de la clientèle française et étrangère, en différenciant celles qui émanent de segments de clientèles spécifiques• Identifier les projets réalisés, en cours ou à venir• Identifier le processus de prise de décision d'une organisation (entreprise, administration, association, collectivité territoriale) partenaire et/ou décisionnaire dans la réalisation de tout projet relatif à l'action touristique locale
	C13 Assurer une veille informationnelle à finalité touristique <ul style="list-style-type: none">• Identifier les sources d'informations, professionnelles ou extra professionnelles, pertinentes au regard de la mission confiée ou du projet à réaliser• Maîtriser les procédures de recherche d'information (banques de données et systèmes d'information...)• Sélectionner, trier et actualiser l'information : mettre à jour des bases documentaires, des fichiers, des bases de données• Contrôler l'accessibilité permanente des sources d'information• Concevoir des enquêtes (d'intention, de satisfaction...)

**C14 Organiser l'information**

- Vérifier l'information : vraisemblance, fiabilité, actualité
- Traiter l'information en vue de son exploitation et de sa diffusion : créer et structurer des fichiers, une base de données...
- Rechercher la cohérence des informations d'origines différentes
- Rendre l'information pertinente au regard de l'espace d'intervention
- Synthétiser les informations collectées, les résultats d'enquêtes ou d'entretiens
- Dégager, pour le marché touristique local, les évolutions économiques, socio culturelles..., les opportunités et les menaces qui le concernent

C15 Prendre en compte le coût de l'information

- Estimer les rapports qualité/coût et objectif/coût

C2. ORGANISER

Le technicien supérieur en “animation et gestion touristiques locales ” participe à la définition et à l’organisation de toute mission ou de tout projet de type manifestation ou événement, accompagnement et/ou de guidage, projet d’aménagement ou d’animation touristique local, création et/ou gestion d’unité touristique. En outre, il participe à la prévision et à la mise en place des procédures nécessaires à sa réalisation.

<i>CAPACITÉ</i>	COMPÉTENCES
C2 ORGANISER	<p>C21 Définir le projet ou la mission</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier et analyser l'adéquation d'un projet ou d'une mission avec le diagnostic des besoins d'une entreprise, d'un espace touristique • Proposer des objectifs réalistes • Analyser les contraintes, y compris celles liées aux clientèles à besoins spécifiques • Identifier les partenaires des différents secteurs (privé commercial, public et para public, associatif) susceptibles d'intervenir • Concevoir des plans d'actions pour un projet ou une mission
	<p>C22 Évaluer les moyens nécessaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repérer les moyens humains et matériels nécessaires à la mission, au projet • Quantifier les moyens financiers • Repérer et mobiliser les ressources disponibles • Participer à la rédaction d'un ou des cahier(s) des charges
	<p>C23 Concevoir la mise en œuvre des différentes formes d'actions touristiques (organisation d'événement - manifestation, de foires et salons, de visites ou de circuits, de présentation d'œuvres et de sites, gestion des unités touristiques)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les tâches nécessaires à l'accomplissement de l'action • Planifier, programmer et ordonnancer les tâches • Définir le rôle de chacun dans la mission ou le projet • Convaincre les acteurs de la pertinence des objectifs fixés et des moyens mis en œuvre • Susciter les initiatives locales : créations d'événements, spectacles, manifestations, échanges culturels, foires et salons... • Construire à la demande des propositions d'itinéraires, de séjours, de visites
	<p>C24 Négocier avec les différents partenaires (entreprise, administration, collectivité territoriale, association), fournisseurs, prestataires, bailleurs de fonds, parrains...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lancer des appels d'offre • Comparer et négocier les différentes composantes de l'offre (prestations, prix, délais...) • Déceler les marges de négociation • Établir les éléments du contrat

C3. COMMUNIQUER

Le technicien supérieur en “animation et gestion touristiques locales ” met au service d’une communication événementielle ou permanente sa maîtrise de tous les outils usuels de la communication écrite et orale, notamment des technologies avancées de traitement et de diffusion de l’information. Pour la promotion d’un projet ou d’un événement dans son environnement, il est capable d’informer les différents acteurs afin de les mobiliser. Il participe à la construction et à la mise en œuvre d’un plan de communication. Il sait adapter son registre de communication aux différentes cibles et destinataires et aux différentes situations professionnelles.

CAPACITÉ	COMPÉTENCES
C3 COMMUNIQUER	C31 Préparer la promotion d’un projet ou d’une manifestation <ul style="list-style-type: none">• Sélectionner les supports en fonction des cibles à atteindre (clients, prescripteurs), y compris les clientèles à besoins spécifiques• Participer à la construction du ou des messages adaptés aux différentes cibles et destinataires• Participer à la réalisation d’un plan média• Participer à l’élaboration de différents supports• Préparer et réaliser les dossiers de partenariat• Constituer des dossiers de presse• Rédiger des communiqués de presse• Organiser des accueils de presse• Mobiliser les réseaux de communication spécifiques aux activités de l’accueil et du tourisme• Participer aux salons réceptifs régionaux
	C32 Assurer la communication auprès de la clientèle, des différents acteurs du tourisme et le suivi de la diffusion de l’information <ul style="list-style-type: none">• Contrôler la diffusion sur les supports choisis• Préparer et réaliser une communication orale et audiovisuelle
	C33 Intégrer les technologies de l’information dans son action quotidienne <ul style="list-style-type: none">• Exploiter une messagerie électronique• Animer un forum de discussion et une liste de diffusion• Participer à la création d’un site, d’un support multimédia• Alimenter et actualiser un site• Assurer la diffusion de l’information au travers des réseaux• Organiser et animer une vidéo conférence

C4. AGIR

Le technicien supérieur en “ animation et gestion touristiques locales ” intervient à trois niveaux de responsabilité : exécution, assistance ou pilotage. Il est capable de mettre en œuvre les actions nécessaires à la réalisation d’objectifs prédéterminés ou de mobiliser toutes les ressources internes et externes nécessaires à la réalisation d’un projet, d’une mission ou d’une manifestation. Il est en mesure par ses décisions ou initiatives d’assurer la bonne exécution du projet ou de la mission, de réagir rapidement à toute modification du contexte ou de pallier toute défaillance. Il maîtrise les techniques d'organisation et de commercialisation et les outils habituellement utilisés dans ce type d'activités touristiques.

CAPACITÉ	COMPÉTENCES
C4 AGIR	C41 Mettre en œuvre les actions touristiques locales <ul style="list-style-type: none">- Faciliter leur déroulement par le dialogue avec les différents intervenants et un comportement commercial avec la clientèle- Assurer toute tâche en relation directe avec l’objet du projet (guidage, accompagnement, billetterie, animation, accueil...) en respectant les usages et les contraintes de la profession, notamment la prise en charge de groupes en français et en langues étrangères, le respect des règles de sécurité- Gérer les relations avec les partenaires, les équipes et l’environnement touristique local
	C42 Piloter tout ou partie d'un projet ou d'une organisation <ul style="list-style-type: none">• Animer et coordonner le travail des équipes• Fédérer et mobiliser les partenaires• Fournir toutes les informations nécessaires à la réalisation des missions de chacun (données, procédures, modes opératoires)• Anticiper les comportements prévisibles et opérer en temps réel des adéquations produits touristiques - clients• Gérer les aléas et dysfonctionnements, notamment internes à l’organisation• Contrôler le respect des planigrammes et des tâches, conformément aux prévisions
	C43 Gérer tout ou partie d'un projet ou d'une organisation <ul style="list-style-type: none">• Suivre la gestion administrative et des ressources humaines• Assurer tout ou partie de la logistique• Assurer le suivi de la gestion commerciale• Suivre la gestion dans ses aspects comptables et financiers• Optimiser l'utilisation des outils de travail et des matériels

C5. ÉVALUER

Le titulaire de ce brevet de technicien supérieur, quel que soit son niveau d'intervention (opérationnel, assistant ou responsable de projet) est en mesure d'évaluer les actions engagées et d'en tirer les conséquences en termes d'adaptations ou de modifications, pendant le déroulement ou a posteriori.

À cet effet, il est en mesure d'utiliser ou éventuellement de construire, dans le cadre d'une démarche qualité, les outils d'évaluation professionnels pertinents.

CAPACITÉ	COMPÉTENCES
C5 ÉVALUER	C51 Contrôler la pertinence du projet et de sa mise en œuvre <ul style="list-style-type: none">• Identifier les points de contrôle et d'avancement d'un projet ou d'une mission• Utiliser ou construire les outils d'évaluation et de contrôle• Suivre le déroulement• Procéder aux ajustements et aux actions correctrices• Mettre en œuvre les études d'impact• Rédiger un compte-rendu d'audit
	C52 Réaliser un contrôle budgétaire <ul style="list-style-type: none">• Suivre l'exécution d'un budget,• Mesurer les écarts et les interpréter
	C53 Mesurer la satisfaction des clients et des partenaires <ul style="list-style-type: none">• Produire et présenter des statistiques de fréquentation• Réaliser des enquêtes de satisfaction• Apprécier la qualité des relations instaurées
	C54 Assurer le suivi <ul style="list-style-type: none">• Analyser les écarts entre prévisions et réalisations• Traiter les réclamations• Proposer les actions d'adaptation
	C55 Formaliser l'expérience <ul style="list-style-type: none">• Extraire les résultats et les éléments porteurs d'expérience• Assurer la diffusion auprès des acteurs et des partenaires

C1. S'INFORMER

SAVOIR-FAIRE	CONDITIONS DE RÉALISATION	CRITÈRES DE PERFORMANCE
<p>C11 Délimiter son domaine de compétence</p> <ul style="list-style-type: none"> Situer le contenu et les limites de ses fonctions, apprécier son degré d'autonomie dans une structure donnée Prendre en compte les risques qui s'attachent à ses fonctions et à ses initiatives Repérer les coopérations nécessaires Suggérer ou conseiller le recours à d'autres compétences (internes ou externes) Délimiter son espace d'intervention <p>C12 Identifier l'information nécessaire, pour chaque projet ou chaque mission</p> <ul style="list-style-type: none"> Repérer le potentiel touristique d'un espace géographique délimité Mettre en œuvre une méthode d'exploration du patrimoine régional Repérer les ressources documentaires disponibles, notamment à caractère touristique Identifier l'offre touristique et ses différentes composantes, y compris celles destinées aux clientèles à besoins spécifiques Identifier les opérateurs, intervenants et partenaires, leur rôle, leur mode de fonctionnement Identifier les attentes de la clientèle française et étrangère, en différenciant celles qui émanent de segments de clientèles spécifiques Identifier les projets réalisés, en cours ou à venir Identifier le processus de prise de décision d'une organisation (entreprise, administration, association, collectivité territoriale) partenaire et/ou décisionnaire dans la réalisation de tout projet relatif à l'action touristique locale <p>C13 Assurer une veille informationnelle à finalité touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifier les sources d'informations, professionnelles ou extra professionnelles, pertinentes au regard de la mission confiée ou du projet à réaliser Maîtriser les procédures de recherche d'information (banques de données et systèmes d'information...) Sélectionner, trier et actualiser l'information : mettre à jour des bases documentaires, des fichiers, des bases de données Contrôler l'accessibilité permanente des sources d'information Concevoir des enquêtes (d'intention, de satisfaction...) <p>C14 Organiser l'information</p> <ul style="list-style-type: none"> Vérifier l'information : vraisemblance, fiabilité, actualité Traiter l'information en vue de son exploitation et de sa diffusion : créer et structurer des fichiers, une base de données... Rechercher la cohérence des informations d'origines différentes Rendre l'information pertinente au regard de l'espace d'intervention Synthétiser les informations collectées, les résultats d'enquêtes ou d'entretiens Dégager, pour le marché touristique local, les évolutions économiques, socio culturelles..., les opportunités et les menaces qui le concernent <p>C15 Prendre en compte le coût de l'information</p> <ul style="list-style-type: none"> Estimer les rapports qualité/coût et objectif/coût 	<p>On se place en situation réelle ou simulée,</p> <p>Dans :</p> <ul style="list-style-type: none"> un contexte spécifique des professions du tourisme et du développement local un territoire donné un environnement informatique et télématique conforme aux usages de la profession (matériels, logiciels, supports...) et aux nécessités de la recherche. une situation relationnelle incluant des partenaires habituels ou occasionnels, internes ou externes une situation de travail (en autonomie ou en collaboration) <p>Dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> d'une organisation au statut juridique repéré de la stratégie de l'organisation d'un contexte relationnel ou culturel donné d'une situation hiérarchique donnée des limites d'intervention définies d'un projet, d'une manifestation ou d'un circuit ou de toute autre activité en relation avec l'objet de la formation <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> des informations empruntées à des situations réelles de la documentation professionnelle (presse professionnelle, résultats fournis par des organismes spécialisés...) accessible sur papier ou sur banque de données d'une documentation interne (statistiques commerciales, rapports d'activité, études...) <p>On fixe des objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> un projet à étudier et à construire une mission à préparer une base documentaire à construire 	<p>Dans la conduite du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> pertinence du choix des méthodes, des outils et des techniques par rapport aux objectifs et aux contraintes pertinence du choix des sources d'information respect des contraintes de coût, de temps, de qualité <p>Dans la maîtrise des outils et des techniques de l'information</p> <ul style="list-style-type: none"> efficacité de l'utilisation des outils et des techniques exactitude des observations pertinence de l'information produite au regard des objectifs poursuivis rapidité et accessibilité de l'information mise à disposition <p>Dans l'exploitation des résultats</p> <ul style="list-style-type: none"> pertinence des conclusions et cohérence par rapport aux objectifs aptitude à la synthèse concision et précision des documents produits

C2 ORGANISER

SAVOIR FAIRE	CONDITIONS DE REALISATION	CRITERES DE PERFORMANCE
<p>C21 Définir le projet ou la mission</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier et analyser l'adéquation d'un projet ou d'une mission avec le diagnostic des besoins d'une entreprise, d'un espace touristique • Proposer des objectifs réalistes • Analyser les contraintes, y compris celles liées aux clientèles à besoins spécifiques • Identifier les partenaires des différents secteurs (privé commercial, public et para public, associatif) susceptibles d'intervenir • Concevoir des plans d'actions pour un projet ou une mission <p>C22 Évaluer les moyens nécessaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repérer les moyens humains et matériels nécessaires à la mission, au projet • Quantifier les moyens financiers • Repérer et mobiliser les ressources disponibles • Participer à la rédaction d'un ou des cahier(s) des charges s <p>C23 Concevoir la mise en œuvre des différentes formes d'action (organisation d'événement - manifestation, de foires et salons, de visites ou de circuits, de présentation d'œuvres et de sites, gestion des unités touristiques)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les tâches nécessaires à l'accomplissement de l'action • Planifier, programmer et ordonnancer les tâches • Définir le rôle de chacun dans la mission ou le projet • Convaincre les acteurs de la pertinence des objectifs fixés et des moyens mis en œuvre • Susciter les initiatives locales : créations d'événements, spectacles, manifestations, échanges culturels, foires et salons... • Construire à la demande des propositions d'itinéraires, de séjours, de visites <p>C24 Négocier avec les différents partenaires (entreprise, administration, collectivité territoriale, association), fournisseurs, prestataires, bailleurs de fonds, parrains...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lancer des appels d'offre • Comparer et négocier les différentes composantes de l'offre (prestations, prix, délais...) • Déceler les marges de négociation • Établir les éléments du contrat 	<p>On se place en situation réelle ou simulée,</p> <p>Dans :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un contexte spécifique des professions du tourisme et du développement local • un territoire donné • un environnement informatique et télématique conforme aux usages de la profession (matériels, logiciels, supports...) et aux nécessités de la recherche. • une situation relationnelle incluant des partenaires habituels ou occasionnels, internes ou externes • une situation de travail (en autonomie ou en collaboration) <p>Dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de la stratégie de l'organisation • d'un contexte relationnel ou culturel donné • d'une situation hiérarchique donnée • des limites d'intervention définies <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des consignes relatives à la mission ou au projet • des informations fournies ou collectées • de suggestions, d'incitations, de sollicitations <p>On fixe des objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • une mission ou un projet à étudier, à analyser ou à construire (visite, circuit, manifestation, foire, salon, animation, création d'unité touristique...) • des tâches et des opérations à organiser ou à réorganiser • des procédures à mettre en place • des plannings ou des calendriers à établir • des moyens humains et matériels à négocier et à rassembler • un cahier des charges à construire 	<p>Dans la conduite du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> • rigueur de la démarche • pertinence du choix de la méthode de travail • respect des consignes, de contraintes, notamment temporelles et du cahier des charges • degré d'autonomie • rapidité et efficacité des réactions <p>Dans la maîtrise des techniques et méthodes d'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • pertinence du choix des techniques et des méthodes en fonction des besoins ou des contraintes • efficacité de l'utilisation des techniques et des méthodes • exactitude des observations et des diagnostics • finesse des perceptions • pertinence des propositions relatives : <ul style="list-style-type: none"> — à une organisation de tâches, de service — à une planification d'action — au choix des moyens et aux modalités de leur mise en place

C3 COMMUNIQUER

SAVOIR FAIRE	CONDITIONS DE REALISATION	CRITERES DE PERFORMANCE
<p style="text-align: center;">COMPÉTENCES</p> <p>C31 Préparer la promotion d'un projet ou d'une manifestation</p> <ul style="list-style-type: none"> Sélectionner les supports en fonction des cibles à atteindre (clients, prescripteurs), y compris les clientèles à besoins spécifiques Participer à la construction du ou des messages adaptés aux différentes cibles et destinataires Participer à la réalisation d'un plan média Participer à l'élaboration de différents supports Préparer et réaliser les dossiers de partenariat Constituer des dossiers de presse Rédiger des communiqués de presse Organiser des accueils de presse Mobiliser les réseaux de communications spécifiques aux activités de l'accueil et du tourisme Participer aux salons réceptifs régionaux <p>C32 Assurer la communication auprès de la clientèle, des différents acteurs du tourisme et le suivi de la diffusion de l'information</p> <ul style="list-style-type: none"> Contrôler la diffusion sur les supports choisis Préparer et réaliser une communication orale et audiovisuelle <p>C33 Intégrer les technologies de l'information dans son action quotidienne</p> <ul style="list-style-type: none"> Exploiter une messagerie électronique Animer un forum de discussion et une liste de diffusion Participer à la création d'un site, d'un support multimédia Alimenter et actualiser un site Assurer la diffusion de l'information au travers des réseaux Organiser et animer une vidéo conférence 	<p>On se place en situation réelle ou simulée, Dans :</p> <ul style="list-style-type: none"> un contexte spécifique des professions du tourisme et du développement local un territoire donné un environnement informatique et télématique conforme aux usages de la profession (matériels, logiciels, supports...) et aux nécessités de la recherche. une situation relationnelle incluant des partenaires habituels ou occasionnels, internes ou externes une situation de travail (en autonomie ou en collaboration) un réseau de communication spécifique aux acteurs du tourisme <p>On donne des conditions spécifiques de travail et des contraintes (coût, temps, qualité, méthodes, usages professionnels).</p> <ul style="list-style-type: none"> On fournit des consignes relatives à la mission à effectuer ou au projet à réaliser, un cahier des charges. <p>On utilise :</p> <ul style="list-style-type: none"> les différents outils multimédias les opportunités offertes par les réseaux de communication et de l'information (NTIC) les techniques traditionnelles de communication écrite les techniques traditionnelles de communication orale la documentation professionnelle accessible sur papier, sur banque de données et sur Internet la documentation interne <p>On fixe des objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> les messages à concevoir, créer, transmettre les activités à planifier et à mettre en place les destinataires (cibles : clients, prescripteurs, partenaires...) à identifier les consultations et négociations à mener la qualité de la communication à contrôler 	<p>Dans la conduite du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> rigueur de la démarche pertinence du choix de la méthode de travail respect des consignes, de contraintes, notamment budgétaires, et du cahier des charges degré d'autonomie finesse des perceptions rapidité et efficacité des réactions <p>Dans la maîtrise des techniques de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> pertinence du choix des supports et des partenaires efficacité dans l'utilisation des techniques et des outils qualité des documents produits : exactitude, lisibilité par les destinataires... qualité de la transmission orale <p>Dans l'efficacité de l'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> adéquation aux objectifs d'une mission, d'un projet , ou d'un guidage exactitude et pertinence des commentaires, en français et en langues étrangères pertinence des rectifications et des ajustements proposés. pertinence de l'analyse de l'impact de la communication souplesse d'adaptation aux évolutions techniques et aux comportements des publics

C4 AGIR

SAVOIR FAIRE	CONDITIONS DE RÉALISATION	CRITÈRES DE PERFORMANCE
C41 Mettre en œuvre les actions touristiques locales <ul style="list-style-type: none"> Faciliter leur déroulement par le dialogue avec les différents intervenants et par un comportement commercial avec la clientèle Assurer toute tâche en relation directe avec l'objet du projet (guidage, accompagnement, billetterie, animation, accueil...) en respectant les usages et les contraintes de la profession, notamment la prise en charge de groupes en français et en langues étrangères, le respect des règles de sécurité Gérer les relations avec les partenaires, les équipes et l'environnement touristique local 	On se place en situation réelle ou simulée dans : <ul style="list-style-type: none"> un contexte professionnel un espace géographique un contexte culturel un environnement social, économique, juridique et politique un environnement matériel et technique de communication une situation relationnelle (incluant des partenaires habituels et occasionnels, internes ou externes) une situation de travail en subordination, ou en collaboration ou, dans certains cas, en autonomie partielle ou totale Dans le cadre <ul style="list-style-type: none"> de la stratégie de l'organisation d'une situation hiérarchique donnée des limites d'intervention définies d'un projet, d'une manifestation ou d'un circuit ou de toute autre activité en relation avec l'objet de la formation À partir <ul style="list-style-type: none"> des conditions spécifiques de travail et des contraintes (coût, temps, qualité, méthodes, usages professionnels). des consignes relatives au projet à réaliser, du cahier des charges des impératifs de la planification des tâches, de l'ordonnancement et du lancement des procédures prédéfinies ou à définir / On fixe des objectifs quantitatifs et qualitatifs <ul style="list-style-type: none"> la réalisation du projet ou de la mission dans des conditions optimales le respect des impératifs de la gestion des ressources humaines la satisfaction des objectifs commerciaux et financiers le respect de la qualité totale. 	Dans la conduite du travail <ul style="list-style-type: none"> rigueur de la démarche pertinence du choix de la méthode de travail prise en compte des objectifs respect des consignes, du cahier des charges degré d'autonomie, prise de responsabilité efficacité de l'utilisation des techniques et des outils exactitude des observations et des diagnostics finesse des perceptions rapidité et efficacité des réactions pertinence des propositions relatives à une planification d'action, au choix des moyens, aux modalités de leur mise en place Dans l'organisation du travail <ul style="list-style-type: none"> pertinence du choix des méthodes, des outils et des techniques par rapport aux objectifs et aux contraintes respect des contraintes de coût, de temps, de qualité Dans la pratique des relations professionnelles <ul style="list-style-type: none"> mise en adéquation des méthodes de travail avec celles des partenaires respect des règles et usages de la profession respect de la déontologie et de l'éthique professionnelle respect de la réglementation Dans la réalisation des objectifs <ul style="list-style-type: none"> degré de réalisation des objectifs fixés dynamisme de l'implication personnelle dans le projet qualité de l'analyse des écarts entre objectifs et résultats obtenus finesse de la l'appréciation des points forts et des points faibles de l'action réalisée pertinence des correctifs proposés.
C42 Piloter tout ou partie d'un projet ou d'une organisation <ul style="list-style-type: none"> Animer et coordonner le travail des équipes Fédérer et mobiliser les partenaires Fournir toutes les informations nécessaires à la réalisation des missions de chacun (données, procédures, modes opératoires) Anticiper les réactions prévisibles et opérer en temps réel des adéquations produits touristiques - clients Gérer les aléas et dysfonctionnements Contrôler le respect des planigrammes et des tâches, conformément aux prévisions 		
C43 Gérer tout ou partie d'un projet ou d'une organisation <ul style="list-style-type: none"> Suivre la gestion administrative et des ressources humaines Assurer tout ou partie de la logistique Assurer le suivi de la gestion commerciale Suivre la gestion dans ses aspects comptables et financiers Optimiser l'utilisation des outils de travail et des matériels 		

C5. ÉVALUER

SAVOIR-FAIRE	CONDITIONS DE RÉALISATION	CRITÈRES DE PERFORMANCE
<p>C51 Contrôler la pertinence du projet et de sa mise en œuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les points de contrôle et d'avancement d'un projet, d'une mission • Utiliser ou construire les outils d'évaluation et de contrôle • Suivre le déroulement • Procéder aux ajustements et aux actions correctrices • Mettre en œuvre les études d'impact • Rédiger un compte-rendu d'audit <p>C52 Réaliser un contrôle budgétaire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivre l'exécution d'un budget, • Mesurer les écarts et les interpréter <p>C53 Mesurer la satisfaction des clients et des partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produire et présenter des statistiques de fréquentation • Réaliser des enquêtes de satisfaction • Apprécier la qualité des relations instaurées <p>C54 Assurer le suivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser les écarts entre prévisions et réalisations • Traiter les réclamations • Proposer les actions d'adaptation <p>C55 Formaliser l'expérience</p> <ul style="list-style-type: none"> • Extraire les résultats et les éléments porteurs d'expérience • Assurer la diffusion auprès des acteurs et des partenaires 	<p>On se place en situation réelle ou simulée,</p> <p>Dans :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un contexte spécifique des professions du tourisme et du développement local • un territoire donné • un environnement matériel • une situation relationnelle incluant des partenaires habituels ou occasionnels, internes ou externes • une situation de travail (en autonomie ou en collaboration) <p>Dans le cadre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de la stratégie de l'organisation • d'un contexte relationnel ou culturel donné • d'une situation hiérarchique donnée • des limites d'intervention définies • d'un projet, d'une manifestation ou d'un circuit ou de toute autre activité en relation avec l'objet de la formation, partiellement ou totalement réalisé <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de l'observation de réalisations d'actions • d'informations fournies et/ou à collecter • de suggestions, d'incitations, de sollicitations ou de réclamations <p>En totale autonomie ou au sein d'une équipe</p> <p>On fixe des objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • un projet et/ou une réalisation à étudier, contrôler, évaluer ; • des tâches et des opérations à évaluer dans le cadre du déroulement d'un processus prédéfini • des moyens matériels et humains à contrôler et à évaluer 	<p>Dans la conduite du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> • respect des étapes d'une démarche qualité • pertinence du choix de la méthode de travail • prise en compte des objectifs • respect des consignes • degré d'autonomie <p>Dans la maîtrise des techniques d'organisation et des outils de gestion</p> <ul style="list-style-type: none"> • efficacité de l'utilisation des techniques et des outils • exactitude des observations et des diagnostics • finesse des perceptions <p>Dans l'exploitation des résultats</p> <ul style="list-style-type: none"> • pertinence des conclusions et cohérence par rapports aux objectifs • aptitude à la synthèse • concision et précision des documents produits

SAVOIRS ASSOCIÉS

S1 FRANÇAIS

S2 LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES A ET B

S3 ANALYSE SPATIALE

S4 ÉCONOMIE DROIT

S5 ANALYSE DU TERRITOIRE : ASPECTS HISTORIQUES ET PATRIMONIAUX

S6 MERCATIQUE

S7 GESTION

S8 ACTION ET ANIMATION TOURISTIQUES

S 1 FRANÇAIS

L'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieur se réfère aux dispositions de l'arrêté du 30 mars 1989 (BOEN n° 21 du 25 mai 1989) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel de capacités du domaine de l'expression française pour le brevet de technicien supérieur.

Langue vivante étrangère A
Langue vivante étrangère B Anglais
Langue vivante étrangère C (facultatif)

1. OBJECTIFS

Dans la préparation au brevet de technicien supérieur Animation et gestion touristiques locales, l'apprentissage des langues étrangères constitue une composante essentielle de la formation professionnelle. La maîtrise de l'anglais est considérée comme indispensable ; c'est pourquoi la langue anglaise est obligatoire.

La maîtrise d'une autre langue vivante étrangère choisie contribuera à créer une diversité de compétences linguistiques nécessaire dans ce secteur d'activité et donc des profils professionnels diversifiés : c'est l'objet de l'enseignement de la langue vivante étrangère A.

L'apprentissage d'une troisième langue vivante pour exercer les métiers du tourisme est souhaitable et vivement conseillé. Il s'inscrit dans le cadre de l'enseignement facultatif de la langue vivante étrangère C.

La formation doit s'appliquer à consolider et structurer les compétences fondamentales de compréhension et d'expression à l'écrit comme à l'oral pour l'acquisition d'un outil de communication efficace dans le cadre d'une activité professionnelle courante. Ces compétences fondamentales seront complétées par des connaissances spécifiques en relation avec le tourisme réceptif.

2. CONTENUS

2.1 Compétences fondamentales

Le contenu des enseignements vise à l'acquisition des compétences fondamentales de compréhension et d'expression orale. On s'attachera à les développer dans les domaines suivants :

- Exploitation de documents de toute nature représentatifs de la civilisation et de la vie quotidienne du pays étranger (textes, journaux, enregistrements, films, etc.) mais aussi de sources d'information professionnelle dans la langue étudiée : documents et brochures de voyages, de compagnies de transport ou de tout autre prestataire de services touristiques, articles de presse spécialisée ou non, courrier professionnel, sites sur la toile, etc.
- Compréhension orale d'instructions ou d'informations à caractère professionnel.
- Capacité à communiquer, dialoguer, conduire un échange, argumenter dans une situation professionnelle donnée, y compris par téléphone.

2.2 Compétences spécifiques

Les activités professionnelles développées dans le cadre des études pour un brevet de technicien supérieur Animation et gestion touristiques locales amènent à explorer des champs lexicaux particuliers appliqués à différents domaines comme le commerce, l'économie, la géographie, l'environnement, les sports et les divertissements, la culture comprise au sens le plus large (de l'art à la gastronomie) et tout ce qui touche aux technologies de l'information et de la communication appliquées au tourisme.

C'est pourquoi on s'attachera à étendre et diversifier ces connaissances en fonction de l'évolution des besoins de la profession.

Un travail en interdisciplinarité avec les professeurs d'enseignement technologique et professionnel est fortement recommandé dans le cadre d'activités à caractère professionnel comme l'élaboration d'un circuit de visite, l'accueil d'un groupe étranger, une situation de négociation commerciale, de réservation ou de vente, ou toute autre situation professionnelle.

2.3 Dimension culturelle

Dans la perspective de l'évolution permanente des métiers du secteur du tourisme, l'acquisition de compétences culturelles est indispensable et doit intervenir de façon récurrente au cours de la formation. Ces compétences culturelles sont nécessaires dans de nombreuses situations professionnelles comme par exemple :

- Vendre un produit adapté à une clientèle étrangère.
- Analyser une situation de communication en tenant compte du contexte socio-culturel du pays étranger : conseil, argumentation, négociation, vente, suivi commercial, etc.
- Prendre en charge un groupe de touristes ou de congressistes étrangers

On s'appliquera donc à développer la connaissance du mode de vie, des habitudes, des pratiques commerciales, de la culture sociale du peuple dont on étudie la langue.

À cet égard, l'étude de la presse étrangère et les informations qu'elle apporte sur les événements constitue un complément intéressant dans l'acquisition des connaissances et des compétences dans ce domaine.

S3 ANALYSE SPATIALE

SAVOIRS ASSOCIÉS

Le programme de formation a pour objectif de fournir les compétences méthodologiques et de connaissances requises pour une pratique professionnelle à l'échelon régional, soit une méthodologie de l'analyse spatiale touristique et la connaissance dynamique des espaces touristiques de la France (métropole et Dom Tom) et de ses espaces transfrontaliers limitrophes, qui fourniront l'essentiel des exemples et des supports d'étude.

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
1. Les bases : mise en place des notions requises	
1.1. Les objets touristiques. <ul style="list-style-type: none"> - Identification et localisation - Typologie et justification 	<ul style="list-style-type: none"> • Définir la notion d'objet touristique • Situer historiquement, géographiquement économiquement et socialement leur importance. • Définir dans ce domaine les notions d'espace et de localisation spatio-temporelle. <i>Les aspects historiques et patrimoniaux sont approfondis en S5</i>
1.2. Le vocabulaire de la description et de l'analyse de l'espace.	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser le vocabulaire technique de base et connaître les sources d'information sur les vocabulaires spécialisés. • Identifier les sources d'information sur les vocabulaires spécialisés.
1.3. Les outils de la représentation de l'espace aux différentes échelles.	
1.3.1. La lecture	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les différents types de cartes et plans, la photographie aérienne, les images numériques.
1.3.2. L'utilisation	<ul style="list-style-type: none"> • Se situer et s'orienter • Établir le rapport document/terrain et réciproquement. • Maîtriser les techniques manuelles et informatisées d'analyse du terrain et des documents représentatifs : levée topographique, croquis hypsométrique, bloc diagramme, parties vues et cachées, croquis perspectif, photographie renseignée, levée d'itinéraire...
1.3.3. La fabrication	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser des schémas cartographiques thématiques, des plans de zonage, des croquis d'itinéraire.
2. Espace et développement :	
2.1. Tourisme et développement	
2.1.1. La notion de tourisme durable	
2.1.2. Objectifs et finalité	<ul style="list-style-type: none"> • Faire la différence entre les objectifs du technicien, du donneur d'ordre et la finalité du travail.
2.1.3. Espace, environnement et développement	<ul style="list-style-type: none"> • Définir la place et le rôle des différents environnements dans le développement.
2.2. Le tourisme, une activité spatiale :	

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
2.2.1. L'espace comme objet et sujet du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> • Montrer par des exemples cette double réalité.
2.2.2. Les effets spatiaux de la mise en tourisme d'un territoire, leurs conséquences (économiques, socio-culturelles, spatiales, juridiques, environnementales) et leurs interactions.	
3. Les acteurs et conditions d'ouverture de l'espace	
3.1. Niveaux de compétence, champs d'intervention, conflits et complémentarités	
3.1.1. Décideurs et acteurs techniques	<ul style="list-style-type: none"> • Définir leurs fonctions.
3.1.2. Statuts : publics, privés, mixtes	<ul style="list-style-type: none"> • Préciser leurs zones et domaines d'intervention. • Repérer les conséquences des statuts sur la maîtrise et l'ouverture de l'espace.
3.2. L'espace comme territoire vivant	
3.2.1. Les données de l'histoire	<ul style="list-style-type: none"> • On montrera dans cette partie le legs , aux différentes échelles, de la construction ancienne d'une puissance mondiale et les évolutions liées à la construction de l'Union Européenne. <i>Cette partie sera approfondie dans le savoir S5.</i>
3.2.2. Le tissu socio-culturel	<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaître et préciser l'importance des données socio-culturelles sur l'espace.
3.2.3. Les dynamismes et les rémanences	
3.3. Les contraintes techniques d'utilisation	
3.3.1. Les contraintes géo-techniques	<ul style="list-style-type: none"> • Citer, décrire et utiliser les méthodes d'estimation des possibilités d'utilisation quantitative et qualitative d'un espace (domaine skiable, plage, forêt, site culturel, cours d'eau, voies d'accès).
3.3.2. Les contraintes légales, administratives, juridiques	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les lois spécifiques en vigueur (Code de l'urbanisme, Maîtrise d'ouvrage public, LOADT , Loi Chevènement...). • Expliquer les outils des collectivités locales (SIVU, SIVOM, Régie, SEM, Délégation de service public...). • Mettre à jour l'encadrement législatif et réglementaire

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
3.3.3. Les contraintes financières	<ul style="list-style-type: none"> • Expliquer les problèmes de financement du tourisme territorial et de ses équipements. • Utiliser les différents budgets tels que : <ul style="list-style-type: none"> - budget prévisionnel d'office de tourisme - budget au niveau de la commune et des regroupements communaux - budget liés aux contrat de plan - budget liés aux programmes et financements européens - les volets financiers des contrats de plan • Maîtriser la fiscalité propre au tourisme
3.4. Les conditions d'emploi et de mise en œuvre des équipements	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les aspects techniques, juridiques et financiers d'implantation et d'utilisation • Citer, décrire et expliquer leur rôle
3.5 La dimension spatiale des rapports au marché	
3.5.1 Localisations et disponibilités des clientèles	<ul style="list-style-type: none"> • Estimer les aspects spatiaux, financiers, temporels et socio-culturels.
3.5.2 Voies de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les modes d'utilisation
3.5.3 Les zones de chalandises	<ul style="list-style-type: none"> • Préciser l'étendue et les caractéristiques des zones de chalandises, actuelles et potentielles, d'un espace d'étude.
3.5.4 Les espaces concurrents et complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> • Définir et évaluer leur importance
4. Évaluation des potentialités et des possibilités d'exploitation touristique d'un espace donné : audit - bilan diagnostic - préconisation	<ul style="list-style-type: none"> • Préciser le sens des termes et les usages
4.1 Audit état des lieux	
4.2 Bilan diagnostic	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger un bilan • Mettre en évidence les contraintes imposées à l'utilisation touristique de l'espace
4.3 Préconisation d'action	<ul style="list-style-type: none"> • Souligner les conséquences sur l'espace des actions envisagées • Montrer les effets inducteurs et induits

S4 ÉCONOMIE ET DROIT APPLIQUÉS AU TOURISME

Le programme de formation comprend à la fois un contenu à caractère méthodologique et un contenu à caractère notionnel.

Les compétences d'ordre méthodologique visées par la formation et évaluées au brevet de technicien supérieur seront développées tout au long des deux années : leur acquisition est étroitement imbriquée à celle des savoirs et suppose une démarche pédagogique valorisant la mise en situation de l'étudiant.

Le programme prévoit deux thèmes d'étude obligatoires qui seront traités au cours des deux années de formation.

Ils visent deux objectifs :

- organiser les notions autour d'une problématique commune aux trois champs notionnels,
- amener l'étudiant (seul ou en équipe) à un travail autonome mobilisant ses compétences méthodologiques.

I. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Contenus	Limites de connaissances
Les langages économiques et juridiques	- maîtriser les vocabulaires spécifiques.
La documentation économique et juridique	- rechercher, consulter et exploiter une documentation économique ou juridique (textes, graphiques, tableaux, décisions de justice, articles de codes...).
L'analyse d'une situation économique et/ou juridique	- analyser une situation, poser une problématique ou un problème de droit, rédiger une synthèse, construire une argumentation structurée.

II. CHAMPS NOTIONNELS

ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

Contenus	Limites de connaissances
LES FONDEMENTS DE LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE	
L'économie et son domaine	- montrer la diversité des principaux courants de la pensée économique actuelle.
Le circuit économique comme méthode d'analyse	- présenter les agents économiques et souligner les grandes fonctions économiques ; - présenter l'équilibre Emplois/Ressources.
1. LES FONCTIONS ÉCONOMIQUES	
La production touristique	

- Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> - définir la notion de service ; - définir et caractériser le produit touristique, en déduire la spécificité des conditions de sa production ; - distinguer les notions de production marchande et non marchande.
- Le système productif	<ul style="list-style-type: none"> - mettre en évidence l'évolution de l'économie vers une société de services ; - situer la place du tourisme dans l'économie nationale : poids économique, différents acteurs, perspectives d'évolution ; - apprécier le niveau de concentration du secteur touristique et ses conséquences ; - mettre en évidence l'internationalisation du secteur touristique.
- Le marché du travail	<ul style="list-style-type: none"> - caractériser les aspects quantitatifs du travail dans le secteur touristique ; - identifier les aspects qualitatifs et les spécificités du travail.
La consommation touristique	
- Les flux touristiques	<ul style="list-style-type: none"> - repérer les flux touristiques internationaux, les grandes zones émettrices et réceptrices ; - tirer parti des instruments de mesure et des indicateurs relatifs à la consommation touristique.
- Les caractéristiques de la consommation touristique	<ul style="list-style-type: none"> - dégager les spécificités de la consommation touristique ; - analyser la structure de la consommation ; - identifier les déterminants de la consommation.
Approche prospective	- synthétiser et commenter tout ou partie d'étude touristique prospective.
2. LA REGULATION ET L'ORIENTATION DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE	
La régulation par le marché	<ul style="list-style-type: none"> - décrire le mécanisme de formation du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel ; - préciser l'influence des spécificités de l'offre et de la demande touristiques sur la formation des prix ; - montrer les limites de la régulation par le marché.

La régulation par les pouvoirs publics	<ul style="list-style-type: none"> - présenter les objectifs de l'intervention de l'État ; - analyser le poids de l'État et des collectivités locales dans l'activité économique ; - présenter de budget l'État et les grandes lignes des budgets des collectivités territoriales ; - présenter les grandes orientations des politiques budgétaire, monétaire, de l'emploi, et de répartition des revenus ; - apprécier les limites de l'intervention de l'État.
L'intervention directe des pouvoirs publics dans le domaine du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - caractériser les actions spécifiques de l'État ; - repérer dans une situation donnée (locale, régionale ou nationale) le rôle des différents intervenants ; - identifier les grandes orientations et les actions en matière de tourisme ; - tirer parti d'une décision en matière de politique de développement touristique pour analyser les objectifs des pouvoirs publics, les moyens mis en œuvre, les résultats attendus et obtenus.
3. LES RELATIONS ÉCONOMIQUES INTERNATIONALES	
La mondialisation des échanges	<ul style="list-style-type: none"> - identifier les principaux pôles du commerce mondial ; - analyser les principaux courants d'échanges de services touristiques dans le monde et les comparer aux autres échanges ; - comparer le rythme de croissance des créations de richesses dans le monde et celui des échanges internationaux.
Le change	<ul style="list-style-type: none"> - définir les notions de taux de change fixe et de taux de change flottant ; - développer les incidences des variations du cours des changes sur l'activité touristique ; - repérer le poids des principales monnaies dans les échanges internationaux ; - appréhender les effets et conséquences de ce constat sur le fonctionnement et les conditions des échanges internationaux.
La mesure des échanges : la balance des opérations courantes	<ul style="list-style-type: none"> - définir les importations, les exportations et expliciter plus particulièrement leur signification pour les services touristiques ; - approcher le contenu de la balance des opérations courantes ; - étudier le contenu de la ligne tourisme, sa place, son importance, les facteurs explicatifs de son évolution.
Les échanges touristiques et le développement	<ul style="list-style-type: none"> - définir et caractériser le développement, le distinguer de la croissance ; - à partir d'exemples puisés dans les économies en développement, étudier les effets directs et les effets induits des politiques de développement touristique ; - en évaluer les conséquences économiques, sociales, écologiques, ...

Une forme de coopération internationale et d'intégration économique : le cas de l'Union Européenne	<ul style="list-style-type: none"> - définir le cadre de l'Union Européenne et ses principales institutions ; - situer la place de l'Union Européenne dans l'économie mondiale ; - indiquer les principaux objectifs et mécanismes de l'Union Économique et Monétaire (UEM) ; - préciser les incidences sur les échanges touristiques au sein de l'Union Européenne.
Les politiques de développement touristique au sein de l'Union Européenne	<ul style="list-style-type: none"> - identifier les institutions et les fonds communautaires susceptibles d'intervenir dans les politiques de développement touristique ; - à partir de quelques exemples régionaux, mettre en évidence et caractériser les objectifs poursuivis, les choix retenus, les moyens disponibles et ceux alloués, les résultats obtenus.
La mondialisation de l'économie	<ul style="list-style-type: none"> - dégager et commenter des exemples représentatifs de l'interdépendance des économies contemporaines ; - identifier les conséquences et les limites de la mondialisation, en particulier dans le domaine du tourisme.

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

Contenus	Limites de connaissances
1. L'ORGANISATION TOURISTIQUE, UNE STRUCTURE EN SITUATION D'AGIR	
Un groupement humain	<ul style="list-style-type: none"> - mettre en évidence le rôle des hommes dans l'organisation touristique et la dynamique de ce groupe ; - relier cette approche à celle des relations humaines ; - montrer la nécessité de l'existence d'une structure de pouvoir dans l'organisation ; - définir les notions de centralisation, de décentralisation et de délégation des pouvoirs ; - caractériser le comportement des dirigeants et son évolution.
Une entité structurée	<ul style="list-style-type: none"> - caractériser les principales structures d'organisations touristiques en mettant en évidence : les critères de structuration, les moyens de coordination, le degré de centralisation ; - identifier les principaux facteurs d'évolution de ces structures (système technique, environnement, âge, taille, stratégie, projet).
Une culture	<ul style="list-style-type: none"> - définir l'identité et l'image de l'organisation touristique ; - identifier les éléments de la culture d'organisation à travers des exemples concrets ; - mettre en évidence le rôle de la culture dans la gestion.
Un acteur dans l'environnement	<p>A partir de l'exemple d'une organisation touristique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier les différentes composantes de l'environnement, mettre en évidence les interactions organisation - environnement, relier cette approche à la notion de contingence ; - montrer la variété des liaisons et des relations possibles entre firmes (filiales, groupes, filières).
2. L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LE MANAGEMENT DE L'INFORMATION	
L'information	<ul style="list-style-type: none"> - définir l'information et mettre en évidence son rôle dans la prise de décision ; - définir le concept de mémoire de l'organisation, en préciser le rôle ; - définir la notion de veille ; - observer le système d'information d'une organisation touristique et situer ces différents concepts.
L'information stratégique	
- La notion de stratégie	<ul style="list-style-type: none"> - définir la stratégie ; - montrer, dans le cadre d'une organisation touristique et de son évolution, la diversité des objectifs et leur hiérarchie éventuelle ; - en prenant appui sur un cas particulier du secteur du tourisme, définir les notions de domaine d'activité, de métier, de segmentation stratégique.

- L'analyse de la dynamique concurrentielle	<ul style="list-style-type: none"> - identifier et analyser le contexte concurrentiel de l'organisation touristique ; - apprécier le potentiel de l'organisation touristique, ses forces et faiblesses eu égard aux capacités adverses ; - identifier les facteurs clés de succès et apprécier la position concurrentielle de l'organisation.
Le traitement de l'information au sein d'activités de l'organisation touristique	
- La mercatique et la gestion commerciale	<ul style="list-style-type: none"> - présenter les fondements de la démarche mercatique dans son ensemble ; - mettre en évidence le besoin d'analyse systématique et permanente du marché ; - dégager le rôle de l'information comme point de départ de toute démarche mercatique.
- La gestion comptable et financière • La comptabilité générale comme représentation des relations entre l'organisation et son environnement • Organisation et fonctionnement d'une comptabilité	<ul style="list-style-type: none"> - appréhender la réalité de l'entreprise à travers le modèle flux-délai- stocks ; - décrire les processus de traitement comptable (de la saisie des événements à l'obtention des documents de synthèse) et préciser le rôle de l'outil informatique ; - s'approprier le principe de la partie double et de ses conséquences pour l'enregistrement des opérations comptables ; - construire et présenter le bilan et le compte de résultat ; - utiliser l'annexe pour commenter le bilan et le compte de résultat.
- La gestion des ressources humaines (GRH)	<ul style="list-style-type: none"> - définir la G.R.H. et préciser l'évolution de ses objectifs ; - montrer ses enjeux pour l'organisation touristique et les salariés ; - caractériser le contenu, les méthodes d'analyse et les enjeux de la gestion prévisionnelle de l'emploi dans l'organisation touristique.
3. L'ORGANISATION TOURISTIQUE, UNE STRUCTURE EN ACTION	
La prise de décision	<ul style="list-style-type: none"> - identifier les étapes du processus de décision ; - repérer les différents niveaux de décision ; - à l'aide d'un exemple emprunté à une organisation touristique, mettre en évidence les obstacles à une prise de décision rationnelle (contraintes de temps, de ressources, ...).
Les choix stratégiques	<ul style="list-style-type: none"> - identifier les principaux axes stratégiques possibles pour une organisation ; - préciser les principales modalités ; - mettre en évidence leurs intérêts et leurs limites.
Les choix opérationnels	
- Dans le domaine des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> - analyser l'évolution et les modalités de mise en oeuvre de la G.R.H. concernant le recrutement, la formation, la rémunération, la motivation,... - observer quelques éléments du dialogue social d'une organisation touristique.

- Dans le domaine de la production	- observer un projet touristique : démarche, mise en œuvre, suivi, ...
- Dans le domaine mercatique	à partir d'une situation d'organisation du secteur touristique : - mettre en relation les choix stratégiques retenus et les actions mercatiques mises en œuvre ; - apprécier la pertinence de ces actions.
- Dans le domaine comptable et financier	- identifier les moyens de financement adaptés aux besoins de l'organisation touristique ; - repérer les critères déterminants dans la décision financière.
4. L'ORGANISATION TOURISTIQUE, UNE STRUCTURE VIVANTE	
Les étapes de la vie de l'organisation touristique	- dégager les notions clés de chacune de ces étapes (création, croissance, disparition).

ENVIRONNEMENT ET ORGANISATION JURIDIQUE

Contenus	Limites de connaissances
1. LE CADRE JURIDIQUE DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE	
Principes juridiques qui sous-tendent l'activité économique	- mettre en évidence la nécessité d'un cadre juridique pour organiser et préciser les droits et obligations des acteurs économiques.
Le cadre institutionnel	
- Les pouvoirs publics économiques	- replacer l'existence et les fonctions du parlement, du gouvernement et de l'administration centrale et territoriale dans leur cadre juridique (constitution, loi de décentralisation, accords de coopération) ; - distinguer la spécificité des missions attribuées à ces différents pouvoirs en fonction de l'étendue de leur domaine de compétences ; - présenter plus particulièrement l'organisation administrative du tourisme.
- Les pouvoirs privés économiques	- identifier les principaux organismes professionnels, groupements professionnels, associations de défense des consommateurs ou de l'environnement intervenant dans le secteur du tourisme ; - présenter les moyens d'action dont ils disposent.
- Le cadre communautaire et international du tourisme	- présenter les principales structures publiques et privées, les moyens et modalités d'intervention ; - prendre appui sur quelques réalisations particulièrement significatives.
- L'organisation judiciaire	- dégager les principes qui régissent le système judiciaire français ; - à partir de situations données liées au tourisme, identifier les juridictions compétentes, nationales et/ou communautaires ; - décrire les principes clés de la procédure suivie devant les juridictions.
Les sources du droit	
- La diversité des sources	- présenter les différentes sources ; - mettre en évidence leur complémentarité et l'évolution de leur importance relative.
2. L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET LES MÉCANISMES JURIDIQUES FONDAMENTAUX	
Les actes et les faits juridiques, leur preuve	- distinguer acte et fait juridique en tant que source d'obligations ; - dégager le rôle de la preuve dans une situation donnée liée au tourisme ; - citer les modes de preuve les plus courants et repérer à qui incombe la charge de la preuve.
Les contrats	
- Formation, conditions de validité	- identifier les conditions générales de formation et de validité des contrats ; - en déduire les conséquences au niveau du régime de la nullité.

<ul style="list-style-type: none"> - L'organisation des relations : <ul style="list-style-type: none"> • entre les professionnels (agents de voyages, transporteurs, hôteliers, prestataires divers) • entre les professionnels et leurs clients (contrats de voyage, de transport, d'hôtellerie, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - identifier et caractériser les contrats spécifiques au secteur du tourisme ; - définir la formation et l'exécution de ces contrats ; - à partir de quelques contrats d'usage courant, <ul style="list-style-type: none"> - repérer les obligations des parties, la portée de clauses particulières, - présenter les effets des contrats entre les parties et à l'égard des tiers.
Les contrats de l'administration	<ul style="list-style-type: none"> - repérer les conditions particulières de formation des contrats : choix du contractant, cahier des charges, procédures de conclusion ; - mettre en valeur les prérogatives de l'administration, les droits du contractant et les procédures de contentieux lors de l'exécution des contrats de l'administration.
La planification du développement touristique	<ul style="list-style-type: none"> - identifier les mécanismes de la contractualisation ; - mettre en évidence les procédures et régimes applicables, notamment coopérations et partenariats.
La responsabilité	
- La nature de la responsabilité	- identifier la notion de responsabilité, en repérer les fondements et leur évolution (faute, risque) ;
- Le fondement	- dans une situation donnée liée au tourisme, distinguer la ou les responsabilités mises en jeu : responsabilité civile contractuelle, quasi-délictuelle, délictuelle, responsabilité pénale, responsabilité administrative ;
- La mise en oeuvre	- identifier les conditions de mise en oeuvre, en dégager les conséquences.
3. LES ORGANISATIONS ET L'ACTIVITE TOURISTIQUE	
L'entreprise commerciale	
<ul style="list-style-type: none"> - Les critères de commercialité - Le régime juridique applicable à l'entreprise commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> - identifier les conditions à remplir pour acquérir la qualité de commerçant ; - caractériser l'activité commerciale ; - dégager les conséquences de la qualité de commerçant : compétence, preuve, obligations comptables, solidarité, etc.

<ul style="list-style-type: none"> - Les structures juridiques des entreprises commerciales : • l'entreprise individuelle • l'entreprise sociétaire 	<ul style="list-style-type: none"> - caractériser le statut de l'entrepreneur individuel ; - identifier les conditions particulières du contrat de société à partir d'exemples de statuts ; - repérer l'existence de la personnalité morale de la société et en dégager les conséquences ; - distinguer les sociétés de personnes des sociétés de capitaux au travers de la responsabilité des associés et en dégager les conséquences ; - comparer la SARL, la SA. et la SEM.
Les associations	<ul style="list-style-type: none"> - définir le cadre juridique ; - positionner leur action et préciser les limites de leur activité commerciale.
L'encadrement des activités touristiques	
- L'organisation et la vente de voyages ou de séjours, le transport, l'hébergement, le guidage, l'animation	<ul style="list-style-type: none"> - définir et caractériser les différents régimes juridiques applicables à ces activités ; - présenter le statut des professionnels ; - mettre en évidence les réglementations en usage.
- La gestion des services publics	<ul style="list-style-type: none"> - présenter les modalités de la gestion d'un service public par un organisme de droit privé : la concession, l'habilitation ; - présenter les modalités de la gestion par un établissement de droit public : régie, établissement public industriel et commercial ; - décrire les différents types de contrôles auxquels sont soumis les gestionnaires : administratif, financier, technique.
4. LES RELATIONS DE TRAVAIL DANS L'ENTREPRISE	
Les relations individuelles de travail	
- Le contrat de travail dans le tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - reconnaître l'existence d'un contrat de travail, le qualifier et en tirer les conséquences pour les parties ; - préciser la diversité des formes de contrats de travail et en dégager les principales caractéristiques ; - repérer à partir de la lecture de différents contrats de travail les droits et obligations des parties, la validité de clauses contractuelles.
- Le statut du salarié	<ul style="list-style-type: none"> - appréhender la nature juridique et le rôle du règlement intérieur ; - à partir de l'exploitation d'un règlement intérieur lié au domaine du tourisme, mettre en évidence la portée des clauses ; - repérer les différents aménagements de la durée du travail ; - identifier les composantes de la rémunération ; - identifier les principaux événements de la vie de l'entreprise, de la vie du salarié ayant une incidence sur les contrats de travail et repérer leurs conséquences.
- La rupture du contrat de travail	<ul style="list-style-type: none"> - distinguer le licenciement pour motif personnel du licenciement pour motif économique (individuel ou collectif) ; - qualifier un licenciement et en dégager les conséquences (formalités à opérer, droits des salariés licenciés) ; - distinguer les autres modes de rupture des contrats de travail et en tirer des conséquences.

- Le Conseil de prud'hommes	- caractériser le rôle et le fonctionnement du Conseil de prud'hommes.
Les relations collectives de travail	
- La représentation des salariés	- identifier les divers organes de représentation et préciser leurs rôles respectifs ;
- La négociation collective	- définir l'objet, les modalités et l'intérêt de la négociation collective ; - observer les accords applicables au domaine du tourisme ;
- Les conflits collectifs	- repérer les diverses formes de conflits collectifs et souligner, à partir de situations concrètes, leurs modes de résolution.
5. LES RELATIONS JURIDIQUES DE L'ENTREPRISE AVEC LES CONSOMMATEURS	
La protection du consommateur lors de la formation du contrat	
- L'obligation d'informer	- mettre en évidence les règles relatives à l'obligation de renseigner ; - dégager les principes relatifs à l'obligation de ne pas tromper, caractériser la publicité trompeuse et repérer ses conséquences ;
- L'obligation de vendre	- caractériser et justifier le refus de vente ou de prestation de service au consommateur.
La protection du consommateur lors de l'exécution du contrat	
- Les clauses abusives	- détecter la présence de clauses abusives dans un contrat et en tirer les conséquences ;
- Les garanties légales et conventionnelles	- délimiter l'étendue respective de la garantie légale et de la garantie conventionnelle.

Thèmes	- Tourisme et technologie - Tourisme et éthique
---------------	--

S5 ANALYSE DU TERRITOIRE : ASPECTS HISTORIQUES ET PATRIMONIAUX

Cet enseignement s'attache à l'étude des dimensions historiques, culturelles et patrimoniales du tourisme à l'échelle des régions. Il complète donc les savoirs et savoir-faire définis en S3 pour permettre à l'étudiant de percevoir plus spécifiquement les différents enjeux culturels et socioculturels qui en découlent.

Il a pour but de fournir la connaissance des différents patrimoines, de leur inclusion dans des ensembles plus vastes et les instruments d'analyse requis pour une pratique professionnelle telle que :

- le guidage
- l'accompagnement
- la conception de circuits
- l'animation et la valorisation des ressources patrimoniales locales...

CONNAISSANCES	Limites de connaissances
1. La notion de patrimoine <ul style="list-style-type: none"> - aspects socioculturels - aspects réglementaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Définition et évolution du concept - Patrimoine, mémoire et identité - Réglementation et administrations concernées - Législation spécifique à la protection de l'environnement et du patrimoine
2. Typologie	Patrimoine : <ul style="list-style-type: none"> - matériel - immatériel - naturel
3. Les données de l'histoire	On montrera dans cette partie, le leg, aux différentes échelles, de la construction ancienne d'une puissance mondiale
3.1 Cadre chronologique et évolution	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de tableaux synoptiques, de correspondances entre les civilisations - Connaissance de l'évolution artistique en France, en Europe et dans le bassin méditerranéen, les grands courants et périodes artistiques - Connaissance des grands traits de culture permettant de replacer l'art en Europe dans une approche plus globale
3.2 La construction du territoire français	Mise en évidence des étapes de la construction du territoire national : unité, ruptures, anciennes et nouvelles cicatrices, actes fondateurs et imaginaires
3.3 Les influences extérieures	Mise en évidence du rôle des cultures extérieures sur la culture française et ses productions
4. Méthode d'analyse	Connaissance des vocabulaires spécifiques
4.1 Patrimoine matériel	
4.1.1. Patrimoine artistique	<p>On se limitera à la peinture, à la sculpture et à l'architecture</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthode d'analyse des formes du patrimoine architectural et artistique - Connaissance globale du vocabulaire de l'histoire de l'art et de l'architecture

4.1.2. Patrimoine vernaculaire, terroirs, arts populaires et cuisines régionales	<ul style="list-style-type: none"> - Le patrimoine vernaculaire comme objets touristiques : émergence et importance - Mise en évidence des rapports avec les particularités locales
4.1.3. Patrimoine économique et social	<ul style="list-style-type: none"> - Compréhension des enjeux des différents partenaires du tourisme économique - Appréciation des conditions de la mise en produits - Prise en compte de la sensibilité des populations concernées par l'ouverture au tourisme de ce patrimoine
4.2. Patrimoine immatériel	<ul style="list-style-type: none"> - Traditions populaires - Mémoire des lieux et lieux de mémoire (maisons d'artistes, de personnages célèbres, champs de bataille, autres lieux historiques...) - Patrimoine littéraire
4.3. Patrimoine naturel	<ul style="list-style-type: none"> - Approche de la notion de paysage - Connaissance de la valeur de l'environnement et des enjeux de sa présentation - Mise en évidence de la diversité des critères d'évaluation de l'intérêt porté
5. Identification et description des éléments patrimoniaux	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte de leur histoire, de leur spécificité, de leur degré d'insertion dans le milieu - Sélection des connaissances requises par la lecture et la présentation attendue

Les concepts étudiés seront approfondis dans le module “ Patrimoine régional ”

S6 MERCATIQUE

La mercatique du tourisme réceptif s'applique à un marché touristique local, au sens de la mise en forme de l'offre, dans lequel agiront les futurs professionnels (cette offre touristique locale allant de l'offre d'un seul prestataire de services à une offre plus globale sur une destination).

La mise en œuvre de la mercatique du tourisme réceptif est indissociable :

- de la démarche mercatique dans sa globalité (l'approche générale, la fonction dans l'entreprise, les outils),
- des applications propres à la mercatique des services,
- des spécificités de la mercatique touristique que sont notamment l'adaptation aux particularités de la demande touristique et l'intégration de l'espace territorial dans le produit touristique.

Le marché touristique local est fait du partenariat d'entreprises complémentaires et représente un maillon de diverses filières (tourisme culturel, sportif, de nature, etc.).

La mercatique du tourisme réceptif, quelle que soit la taille, les moyens et le statut des organisations concernées est mise en œuvre dans une optique d'interdépendance, et donc de transversalité, de la mercatique et des autres fonctions de l'organisation, ainsi que de partenariat au sein de la destination. Ceci va influencer sur les concepts de base à privilégier et sur les actions à entreprendre.

CONNAISSANCES	LIMITES DES CONNAISSANCES
Introduction Le rôle de la fonction mercatique dans les organisations du tourisme local Fonction mercatique <ul style="list-style-type: none"> - en fonction des territoires concernés, - en adéquation avec les autres fonctions de l'organisation, - dans une optique interdisciplinaire (mercatique et approches juridique, économique, sociologique...). 	<i>L'absence de cloisonnement de la fonction mercatique par rapport aux autres fonctions sera soulignée, ainsi que la manière dont elle peut être mise en œuvre dans les structures touristiques les plus diverses.</i> <i>La nécessité d'une orientation marché et d'une orientation client dans le domaine du tourisme sera mise en évidence.</i> <i>Les exemples du domaine touristique, issus d'un contexte local seront systématiquement exploités. Ainsi, l'exemple de la région touristique dans laquelle se situe la formation sera exploité en priorité, mais de façon non exclusive, pour mieux appréhender cette analyse systémique.</i>
1. La notion de marché touristique 1.1. La demande Pour les différentes catégories d'acheteurs et de consommateurs (ménages, entreprises ou groupes divers) : <ul style="list-style-type: none"> - Comportements d'achat et de consommation - Processus de décision d'achat - Segmentation de la demande touristique et de loisirs 	Identifier la structure actuelle et les évolutions récentes de la consommation liées au tourisme, aux loisirs, aux transports et à la culture. <i>La notion de ménages sera élargie au contexte européen et international, en intégrant la dimension interculturelle, afin de tenir compte des particularités du tourisme réceptif.</i> <i>On identifiera en quoi la segmentation sert l'analyse et induit une nouvelle action mercatique, notamment en ce qui concerne les clientèles à besoin spécifique. Ainsi, la diversité des cas concrets présentés et analysés sera privilégiée : entreprises et-organismes touristiques, structures privées et publiques...</i>

<p>1.2. L'offre : analyse concurrentielle des différents intervenants sur un marché touristique local</p> <ul style="list-style-type: none"> - prestataires de services et producteurs, - prescripteurs - distributeurs` - autres partenaires, notamment institutionnels - concurrents : politiques et décisions stratégiques (positionnement, avantages concurrentiels, innovation, cycle de vie, portefeuille de produits, etc). 	<p><i>Les différentes approches stratégiques des sociétés similaires présentes sur un même secteur d'activités seront analysées afin de mettre en évidence d'une part l'adéquation des choix par rapport au marché et d'autre part les différentes solutions possibles.</i></p>
<p>1.3. L'environnement</p> <p>Micro et macro environnement : composantes, opportunités et menaces</p>	<p><i>En relation avec l'enseignement de « management des organisations », la présentation des divers acteurs du micro et du macro environnement de l'organisation (entreprise ou autre structure) sera l'occasion d'insister plus particulièrement sur la diversité des relations que peuvent entretenir ces acteurs.</i></p>
<p>2. L'action mercatique touristique</p> <p>Intelligence économique et système d'information mercatique : besoins en information, structure, sources et flux d'informations, relations et procédures</p> <p>2.1. Les techniques d'investigation</p> <p>Principes généraux</p> <p>Les études de marché : typologie et objectifs</p> <p>Conception de l'étude d'un marché : principes, contenu et processus</p> <p>Recherche documentaire : méthodes et outils de recherche</p> <p>Gestion de la connaissance : principes et mise en œuvre de la démarche de management des connaissances</p> <p>Techniques d'enquête (entretiens, questionnaires, pige publicitaire ...)</p> <p>Outils et méthodes au service de l'investigation</p> <p>Statistique appliquée aux études mercatique (sondages)</p> <p>Analyse des données</p> <p>Description des données obtenues par observation, expérimentation ou enquête (variables qualitatives, quantitatives, construites, transformées, ...).</p> <p>Mise en forme (tableaux, modes divers de visualisation),</p> <p>Logiciels d'exploitation d'enquête</p>	<p><i>Les systèmes mis en place ou qui seront mis en place dans les différentes organisations touristiques seront analysés.</i></p> <p><i>On illustrera systématiquement les concepts, outils et méthodes par des recherches documentaires individuelles et collectives. Cette illustration se fera en insistant plus particulièrement sur l'évaluation et le référencement des informations.</i></p> <p><i>L'adaptation de la démarche d'étude de marché aux petites structures, notamment grâce au recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, sera mise en évidence.</i></p> <p><i>La recherche documentaire sera abordée en liaison avec l'utilisation des outils informatiques et notamment le recours raisonné aux ressources accessibles grâce à l'Internet (en français et en langue anglaise)</i></p> <p><i>Seuls les grands principes de la statistique descriptive et de la représentativité des échantillons seront abordés, sans rentrer dans le détail des méthodes d'échantillonnage.</i></p> <p><i>On insistera particulièrement sur la lecture et l'interprétation des données quantitatives externes (tableaux et graphiques).</i></p>

<p>2.2. Les plans d'actions commerciales</p> <p>La planification d'entreprise, de l'opérationnel à la stratégie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - principe, contenu et schéma général, - élaboration, - mise en œuvre. 	<p><i>La présentation intégrera une analyse comparative des plans d'actions mis en place en France comme à l'étranger [ex. Maison de la France...] par des opérateurs privés comme institutionnels</i></p>
<p>2.3. L'offre produit</p> <p>Concepts d'offre commerciale de service (dans le cadre d'une organisation) ou d'offre globale au niveau d'un territoire</p> <p>Concept de produit touristique</p> <p>Montage, mise en marché et gestion du produit touristique.</p> <p>Gamme et segmentation</p> <p>Marque : le concept de marque et autres signes distinctifs appliqué à l'offre touristique</p> <p>Démarche qualité</p>	<p><i>Les différents principes, méthodes et outils de la démarche qualité (assurance qualité, respect de la réglementation, normalisation, chartes professionnelles, certification, etc.) seront abordés au travers d'exemples concrets. Ceux-ci seront issus de l'environnement touristique local pour les pratiques les plus répandues dans les professions touristiques. Des exemples nationaux ou internationaux seront présentés en ce qui concerne les pratiques les plus innovantes.</i></p> <p>Mettre en évidence les complémentarité, contradiction ou substitution éventuelles entre les démarches réglementaires et de certification.</p> <p><i>L'importance de la labellisation sera soulignée et mise en évidence notamment dans les campagnes de communication.</i></p>
<p>2.4. Le prix</p> <p>Les principes de tarification de l'offre touristique : les méthodes de fixation d'un prix</p> <p>La politique tarifaire dans le domaine des services, la gestion des capacités</p>	<p>À partir d'exemples concrets issus de l'environnement touristique local, identifier les grands principes de construction d'une politique tarifaire dans le domaine des services.</p> <p>Les principes et l'importance de la gestion des capacités par les possibilités de modulation tarifaire (yield management) seront soulignés.</p>

<p>2.5. La communication commerciale</p> <p>Principes généraux de la communication touristique</p> <p>Communication interpersonnelle dans les activités du tourisme réceptif (accueil d'individus et de groupes, négociation commerciale)</p> <p>Communication interne et externe : objectifs et modalités (communication orale, réunions, diffusion écrite occasionnelle ou périodique, supports électroniques, Intranet ...)</p> <p>Principes de construction d'un plan de communication</p> <p>Modalités de communication commerciale</p> <p>Publicité</p> <p>Actions promotionnelles</p> <p>Mercatique directe</p> <p>Manifestations professionnelles et grand public (foires et salons)</p> <p>Opérations de relations publiques et relations presse</p> <p>Parrainage et mécénat</p>	<p><i>Les actions de communication interne et externe d'organismes tels que la FNOTSI, FNCDT, FNSRLA, FNCRT, l'UNAT (et/ ou leurs composantes), et d'entreprises privées actrices du tourisme local serviront systématiquement de points d'ancrage.</i></p> <p>Mettre en évidence es principes de cohérence des plans de communication et la nécessaire recherche d'adéquation entre les objectifs et les moyens de l'organisation.</p> <p><i>L'accent sera mis :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - sur les médias à privilégier dans le contexte des activités touristiques locales, notamment ceux liés aux NTIC - et sur les cibles spécifiques à ces activités et à cette communication (partenaires professionnels, prescripteurs, institutionnels)
<p>2.6/ La distribution</p> <p>Les réseaux de distribution des produits touristiques locaux : composition, forces, faiblesses, pouvoir de marché</p>	<p><i>Le développement du commerce électronique et ses incidences sur la commercialisation des produits touristiques et des destinations, sans pour autant négliger l'importance des circuits traditionnels, sera souligné.</i></p>
<p>3/ Les tactiques et stratégies d'entrée et de maintien sur un marché</p> <p>Audit mercatique : principes, méthodes et grilles d'audit mercatique.</p> <p>Stratégies de développement d'une organisation, d'une entreprise, d'un territoire</p> <p>Stratégies de produit, prix, distribution et communication, dans une démarche de servuction</p> <p>Stratégies et tactiques de lutte concurrentielle</p>	<p><i>Dans le cadre d'une approche interdisciplinaire, on mettra en œuvre plusieurs grilles d'analyse en montrant l'utilité de l'adaptation des outils d'étude aux cas étudiés.</i></p> <p>Distinguer les stratégies de long terme des réponses immédiates destinées à faire face à des situations imprévues [catastrophes naturelles, accidents maritimes ou autres, crash aérien, crise quelconque nuisant à l'image d'une destination, etc.]</p>

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
1. LE SYSTEME D'INFORMATION COMPTABLE	
<ul style="list-style-type: none"> • La comptabilité financière • La comptabilité de gestion 	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser la lecture des documents comptables et financiers ; - Définir et calculer un coût de revient ; - Maîtriser le calcul des marges par les méthodes : <ul style="list-style-type: none"> - des coûts variables - des coûts directs - Montrer les limites de ces approches.
2. LE CONTRÔLE FINANCIER	
<p>2.1. Les prévisions financières</p> <p>Les prévisions à moyen et long terme :</p> <p>Les prévisions à court terme : le budget de trésorerie et l'ajustement du niveau d'encaisse.</p> <p>L'étude de la faisabilité financière d'un investissement ou d'un projet touristique</p> <p>2.2. Le contrôle de la situation financière</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les règles de l'équilibre financier - Recenser les moyens de financement et les relations avec les organismes financiers (fonds propres, emprunt, crédit bail...) - Établir le plan de financement d'un investissement ou d'un projet touristique.(aspect comptable et financier du plan d'affaires). - Déterminer les facteurs agissant sur le niveau d'encaisse - Appréhender la gestion de l'actif circulant et des dettes non financières - Établir un budget de trésorerie (insister sur son importance dans le cadre du plan d'affaires) - Prévoir l'ajustement du niveau d'encaisse - Apprécier la pertinence d'un investissement au regard des objectifs d'un projet ; - Maîtriser les critères les plus courants de choix de mode de financement d'un investissement : <ul style="list-style-type: none"> - Délai de récupération - TRI - VAN - Calculer les soldes intermédiaires de gestion - Préciser les marges significatives du secteur touristique - Choisir une présentation des résultats - Mener une analyse fonctionnelle du bilan - Préciser les principaux ratios d'analyse financière

3. LE CONTRÔLE DES OPERATIONS D'EXPLOITATION	
3.1. Les budgets d'exploitation	<ul style="list-style-type: none"> - Aborder les principes du contrôle budgétaire : - Effectuer quelques prévisions simples : <ul style="list-style-type: none"> les prévisions de chiffre d'affaires les prévisions de charges fixes et variables - Calculer le seuil de rentabilité - Présenter le budget d'exploitation (<i>insister sur son importance dans le cadre du plan d'affaires</i>).
3.2. Le contrôle des performances d'exploitation	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôler et analyser les ventes : - Contrôler et analyser les charges : <ul style="list-style-type: none"> Achats (<i>achats pour la fabrication de voyages ou la réalisation d'un projet touristique, achats de voyages fabriqués, etc.....</i>) Frais de personnel (<i>composantes du coût du travail, évolution de la masse salariale, mesures de la productivité...</i>) Frais généraux - Appliquer les méthodes de fixation des prix dans le secteur touristique - Interpréter les indicateurs de rentabilité commerciale, économique, financière.
3.3. La réalisation du tableau de bord	<ul style="list-style-type: none"> - Appliquer les principes d'élaboration du tableau de bord - Interpréter, à partir d'une situation réelle ou simulée, le contenu du tableau de bord.
4. LES ASPECTS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DU PROJET TOURISTIQUE	
• Le plan d'affaires (ou business-plan).	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les éléments clés du plan d'affaires - Participer à l'élaboration du plan d'affaires - Participer à la rédaction du plan d'affaires
5. LA GESTION ADMINISTRATIVE DU PROJET TOURISTIQUE ET LA COMMUNICATION	
5.1. La communication professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser un processus de communication ; - Produire des messages écrits, textuels ou non textuels, utilisant les différents supports de diffusion de l'information ; - Concevoir de courts messages de communication orale et audiovisuelle ; - Réaliser des dossiers attractifs de présentation de projet
5.2. La gestion des ressources et des activités	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser des postes de travail, réaliser des fiches de postes, profils, fiches d'attribution, de fonction, commenter et améliorer un tableau de répartition des tâches ; - Maîtriser l'animation et la gestion d'une équipe sous ces différents aspects (recrutement, formation, stimulation, motivation, rémunération) - Concevoir des modes opératoires et fiches de procédures ; - Établir des listes de contrôle

5.3. La gestion du temps	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser, à partir d'une situation réelle, l'importance de la gestion du temps ; - Concevoir des planigrammes, assurer le suivi d'une opération
5.4. La gestion de l'information	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser les caractéristiques des principaux réseaux de diffusion de l'information ; - Repérer l'évolution technologique en matière d'information et de communication ; - Appréhender l'évolution des pratiques en matière d'information et de communication ; - Consulter aisément des banques de données ou sites documentaires ; - Repérer les principes de gestion documentaire : critères de classement, techniques d'archivage, organisation de fonds, techniques de consultation ; - Mettre en place et utiliser une base de données relationnelle simple : tables, requêtes, formulaires, états.
5.5. La communication professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser un processus de communication ; - Produire des messages de différents types sur différents médias et supports de diffusion de l'information ; - Alimenter en informations un centre serveur.

S8 ACTION ET ANIMATION TOURISTIQUES

Introduction

L'action et l'animation touristiques sont à la convergence de différents domaines scientifiques et techniques : la mercatique, la gestion, la géographie appliquée au tourisme et l'analyse du patrimoine.

Elles constituent également un champ interdisciplinaire dans lequel des méthodes qui leurs sont propres peuvent être mises en évidence. À ce titre, elles sont elles-même source de savoirs et savoir faire autonomes.

CONNAISSANCES	LIMITES DE CONNAISSANCES
Introduction	<i>La notion de territoire pertinent (politique, économique, social, touristique...) du projet, de l'action ou de l'activité doit être définie en premier lieu. Les notions d'action et de projet touristique local et territorial doivent être repérées et replacées dans leur environnement.</i>

<p>1. Les champs d'intervention du technicien supérieur en animation et gestion touristiques locales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le tourisme, dans ses aspects usuels - Le tourisme, dans ses formes les plus récentes <p>1.1. Les acteurs</p> <p>Statut juridique</p> <p>Place dans l'environnement économique et social</p> <p>Place dans les fonctions de l'organisation</p> <p>1.2. Les actions touristiques locales : place et rôle du technicien supérieur dans ses différents champs d'intervention</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les niveaux de responsabilité (du niveau assistance jusqu'au niveau opérationnel) - Les différents secteurs d'activités - Les différentes formes d'entreprises, privées ou publiques 	<p><i>Les déterminants – caractéristiques- du tourisme local contemporain seront abordés en introduction, en étroite relation avec le cours d'économie générale. On privilégiera les approches analytiques de préférence aux typologies purement descriptives.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Discerner les spécificités des formes de tourisme, - Dégager les relations entre la demande et l'offre de produits touristiques. - Repérer les évolutions des comportements des touristes et la dynamique de l'activité touristique. <p><i>Avoir une vue d'ensemble de la profession</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cerner les domaines d'intervention de chacun des acteurs et l'incidence de leur statut juridique sur leur mode d'intervention. - Identifier les localisations les rôles respectifs, et les inter-relations entre les divers prestataires <p>Identifier les types d'activités et les lieux, dans l'espace territorial pertinent : gestion d'événements, accueil et/ou guidage de groupes ou d'individus au sein de structures variées, gestion de projets et d'unité touristique locale au sein des différentes structures possibles (de l'entreprise privée à la collectivité territoriale)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repérer les bassins et les besoins d'emplois. - Explorer le marché du travail et la réglementation professionnelle - Cerner la diversité et la spécificité des différents métiers. - Appréhender les perspectives d'évolution de la profession
--	--

<p>3. Le diagnostic</p> <ul style="list-style-type: none"> - fixation des objectifs - élaboration d'outils d'aide à la décision - analyse des potentialités de l'action <i>et/ou</i> du projet 	<p><i>À partir de l'observation des ressources locales et régionales :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Recenser les composantes utiles au regard de l'opération touristique analysée, - Analyser leur diversité, les problèmes posés par leur exploitation, leur évolution prévisible, - Établir les relations utiles avec les professionnels et les organisations impliquées, - Resituer le projet dans son contexte (opportunités et contraintes).
<p>4. La conception d'un projet ou d'une action</p> <p>4.1 L' Identification des différents axes d'orientation</p> <p>4.2 La formulation d'un plan d'actions</p>	<p><i>L'objectif est de s'approprier les différentes méthodes pour leur attribuer un caractère opérationnel</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser les points forts et les points faibles du projet et adapter ses décisions - Intégrer les contradictions dans son processus - Émettre des propositions adaptées à des objectifs fixés - Anticiper les effets induits par les choix opérés - Déterminer les points d'intérêts et les justifier - Adapter et/ou élaborer des outils d'aide à la décision - Calculer le coût de revient et prix de vente en déterminant la rentabilité de la structure - Prévoir le montage financier.

<p>5 la mise en œuvre de l'action ou du projet</p> <p>5.1 La mise en place des outils de réalisation</p> <p>5.2 Réalisation de l'action ou du projet et négociation avec les prestataires et partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recensement et collecte de toutes informations relatives à l'action ou au projet ; - Prise en compte des contraintes et des attentes de la clientèle et des partenaires ; - Choix des composantes de l'action ou du projet ; - Élaboration de l'action ou du projet ; - Rédaction de cahiers des charges, contrats, conventions... <p>5.3 Méthodologie de distribution et communication</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inventaire des différents modes, canaux, réseaux, circuits de distribution du PTL - Choix d'un ou plusieurs canaux - Mise en place d'une stratégie de distribution et de communication adaptées 	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre une méthodologie cohérente d'action ou de projet touristique : réalisation de visites, itinéraires, circuits et de séjours, accueil de groupes ou d'individuels, organisation de manifestations, gestion quotidienne d'un centre de loisirs ou d'un pôle touristique...; - Établir les conditions de dialogues et de compréhension entre les partenaires ; - Assurer la création et/ou la mise en place des produits proposés et/ou des prestations complémentaires ; - Proposer et présenter un devis ; - Adapter la programmation aux opportunités de l'actualité ; - Élaborer un dossier de présentation du produit - Exploiter les sources documentaires et les banques de données - Contrôler et défendre le bon usage des contrats - Comprendre les besoins de chacun des interlocuteurs - Comprendre les spécificités d'un groupe constitué ou d'un territoire - Lancer le produit sur le marché - Assurer la communication de l'objet ou du produit - Diffuser des messages adaptés à des publics déterminés en fonction d'objectifs précis, et des moyens utilisés (écrit, audio-visuel, informatique...) - Diffuser tous documents publicitaires, promotionnels, touristiques... - Appliquer la réglementation en vigueur
--	---

<p>5.4 Suivi de l'action ou du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspects comptables et financiers : évaluation des composantes des coûts de conception, distribution et de commercialisation, recherche des sources et modes de financement, élaboration des budgets prévisionnels et réels... - Aspects matériels et logistiques gestion des flux de participants, du stationnement, des infrastructures d'accueil, de la sécurité... - Aspects administratifs gestion des ressources humaines, information et animation des équipes, gestion des aléas, impondérables dysfonctionnements... - Aspects techniques et professionnels techniques spécifiques à l'accueil, accompagnement, encadrement de groupes de tout type notamment touristes étrangers et autres clientèles à besoins spécifiques... - Techniques de médiation et d'interprétation de sites et d'œuvres 	<ul style="list-style-type: none"> - Vérifier les règles et capacité d'accueil - Maîtriser la logistique d'animation
---	--

<p>6. L'évaluation</p> <p>6.1 Les ajustements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de l'action ou du projet par rapport aux besoins et aux attentes : études d'impact, audit... - Ajustements et actions correctrices : geste commercial... - Contrôle des planigrammes, calendriers, analyse des retards ou des écarts sur délais <p>6.2 - La transférabilité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bilan et évaluation de la rentabilité : contrôle budgétaire, analyse des écarts financiers - Satisfaction des clients, des partenaires et des autres prestataires : enquêtes de satisfaction, statistiques... - Formalisation de l'expérience, de l'action, du PTLT, et planification des actions futures 	<p><i>L'objectif est de pouvoir analyser et ajuster les effets induits par le projet ou l'action.</i></p> <p><i>En outre il faut maîtriser les outils capables d'assurer la transférabilité</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Critiquer et émettre des propositions - Justifier les choix opérés - Évaluer les coûts et les incidences financières - Analyse des remarques, réclamations, litiges et traitement - Mesurer les conditions de la transférabilité
---	--

UNITÉS CONSTITUTIVES DU RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION DU DOMAINE PROFESSIONNEL

Unités	Compétences	Savoirs associés
U3. Analyse de l'espace territorial	C1 S'informer, analyser C2 Organiser C3 Communiquer C5 Évaluer	S3 Analyse spatiale S5 Analyse des territoires : aspects historiques et patrimoniaux
U5. Études d'opérations touristiques	C1 S'informer, analyser C2 Organiser C3 Communiquer C5 Évaluer	S6 Mercatique : S61 La notion de marché touristique S63 Les tactiques et stratégies d'entrée et de maintien sur un marché S7 Gestion S71 Le système d'information comptable S72 Le contrôle financier S74 Les aspects économiques et financiers du projet touristique S8 Action et animation touristiques 81 Les champs d'intervention du technicien supérieur en animation et gestion touristiques locales 82 Les principes généraux d'une méthodologie de l'action touristique 83 Le diagnostic 86 L'évaluation
U6. Conduite et présentation d'activités et de projets touristiques	C1 S'informer, analyser C2 Organiser C3 Communiquer C4 Agir C5 Évaluer	S6 Mercatique : 62 L'action mercatique touristique S7 Gestion 73 Le contrôle des opérations d'exploitation 75 La gestion administrative du projet et la communication S8 Action et animation touristiques 84 La conception d'un projet ou d'une action 85 La mise en œuvre de l'action ou du projet

ANNEXE II CONDITIONS D'ACQUISITION DE LA PROFESSIONNALITÉ

PROJETS ET ACTIONS PROFESSIONNELLES TOURISTIQUES

STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL

PROJETS ET ACTIONS PROFESSIONNELLES TOURISTIQUES

Les projets et les actions professionnelles touristiques sont des modalités de formation en relation directe avec le milieu professionnel du tourisme local, tel qu'il est décrit dans le référentiel des activités professionnelles :

- entreprise de gestion d'organisations de salons, de congrès, et de manifestations professionnelles, de spectacles...,
- agence de voyage réceptive,
- entreprise autocariste,
- structures locales, départementales ou régionales du tourisme,
- collectivités territoriales,
- association à vocation touristique, socioculturelle,
- unité d'accueil et d'hébergement de touristes, notamment parc de loisirs, hôtellerie de plein air, village de vacances, gîtes ruraux, complexes d'animations, de jeux et de loisirs...,
- structures de mise en valeur touristique du patrimoine telles que musée, parc naturel...

Garants de la qualité de la formation et de son adaptation aux opportunités et contraintes du tourisme local, ces projets et ces actions constituent un gage d'insertion professionnelle durable.

Leur finalité est double et équilibrée :

- pour l'étudiant, ils permettent d'acquérir et de développer des compétences professionnelles en situation réelle de travail,
- pour l'organisme commanditaire, ils se traduisent par une réalisation utile à son activité.

Complémentaires des autres modalités (cours, méthode des cas, travail en classe dédoublée...), ils s'inscrivent dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique et induisent naturellement une approche interdisciplinaire qui combine des savoirs et savoir faire issus de l'analyse spatiale, de la mercatique - gestion appliquées aux organisation du tourisme, des techniques touristiques et de l'analyse du patrimoine. En outre, ils nécessitent fréquemment le recours aux langues vivantes étrangères et la maîtrise constante des NTIC.

Projets et actions professionnelles touristiques reposent sur une relation à caractère pédagogique entre trois partenaires :

- l'organisme ou l'entreprise touristique qui confie des activités de type professionnel à l'étudiant en fonction de ses besoins ;
- l'étudiant, seul ou en petite groupe, qui acquiert et approfondit des compétences grâce à une intervention directe en milieu professionnel ;
- l'équipe pédagogique qui encadre, conseille met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des savoirs. Elle veille notamment à ce que les compétences progressivement acquises soient transférables à d'autres situations professionnelles comparables.

Projets et actions professionnelles touristiques peuvent être réalisés soit pendant l'horaire hebdomadaire prévu à cet effet soit pendant les périodes de stage en milieu professionnel.

Qu'ils soient réalisés par un étudiant seul ou par un petit groupe, ils sont encadrés par un membre de l'équipe pédagogique assurant les enseignements d'action professionnelle touristique (professeur de mercatique - gestion appliquées au tourisme, de techniques touristiques ou d'analyse spatiale). En tant que de besoin, il peut être fait appel aux autres enseignants de la section afin de répondre à des demandes spécifiques liées à la nature du projet ou de l'action à réaliser, aux compétences à mobiliser et à faire acquérir.

Le suivi pédagogique d'un projet ou d'une action nécessite de la part de l'enseignant ou de l'équipe responsable une disponibilité tant auprès de l'étudiant que des partenaires professionnels. Il implique nécessairement la définition des modalités de suivi et de rencontre, pendant l'horaire hebdomadaire et pendant les périodes de stage.

Cette formation - accompagnement concerne plusieurs domaines, notamment :

- l'accès aux ressources et à la sélection de l'information pertinente ;
- la mobilisation et l'approfondissement des savoirs et savoir faire pertinents au regard de l'objectif à atteindre,
- la méthodologie de résolution de problèmes et la gestion du temps ;
- l'apprentissage et le développement d'un comportement professionnel et principalement d'une communication verbale et non verbale adaptée) ;

Ce suivi pourra prendre plusieurs formes :

- des séances de travail planifiées en petit groupe autour de thèmes tels que l'organisation et la gestion du temps, la sélection de l'information, la définition des objectifs..., en début de période,
- des réunions non planifiées en réponse à une demande spécifique de l'étudiant et du groupe d'étudiants ou du professionnel commanditaire, tout au long du déroulement de l'action ou du projet ;
- des rencontres sur le terrain ;
- des phases d'évaluation formative planifiées, dont certaines en présence des professionnels du tourisme impliqués, destinées à organiser le contrôle pédagogique.

L'équipe pédagogique veillera à ce que ces actions et projets permettent d'acquérir les compétences nécessaires à la satisfaction des besoins de toutes les catégories de clientèle, notamment celles à besoins spécifiques.

Il est à noter que, comme pour tout enseignement, le temps consacré par les étudiants aux actions professionnelles ne se limite pas au strict horaire de formation mais se prolonge par un temps de travail personnel.

Les projets

Au sens le plus large du terme, un projet est une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir ; il est défini et mis en œuvre pour élaborer une réponse au besoin d'un utilisateur, d'un client ou d'une clientèle ; il implique un objectif et des actions à entreprendre avec des ressources données.

Un projet touristique local se définit comme :

- un besoin repéré dans l'environnement touristique local délimité,
- un but, un objectif à atteindre à partir d'une analyse des opportunités (offre faite à ou pour une clientèle spécifique),
- un ensemble cohérent d'actions mis en œuvre en tenant compte des contraintes identifiées.

Le projet s'inscrit dans un espace touristique délimité et analysé dont il contribue à la mise en valeur. Il accroît temporairement ou durablement l'offre touristique et répond ainsi à un besoin.

Il se traduit par un objectif délimité et mesurable.

Il nécessite la mise en œuvre d'un plan d'actions cohérent, organisé et programmé sur une période relativement longue, mais toujours inférieure à la durée de formation de l'étudiant.

Il est évalué au regard des objectifs fixés initialement et il est donc nécessairement achevé ou en voie d'achèvement à la fin de la période de formation.

Il vise plus particulièrement à développer chez l'étudiant l'autonomie, le sens de l'initiative et de la responsabilité, la capacité à gérer son temps et à organiser son travail (éventuellement celui d'une petite équipe). Il permet également de développer l'aptitude à tirer les enseignements de l'expérience et à les formaliser.

Le projet diffère de l'action par son ampleur, sa durée, les compétences qu'il mobilise pour sa mise en œuvre et, à titre principal, par le degré de responsabilité pris par l'étudiant.

De la conception à l'évaluation, une démarche de projet passe nécessairement par différentes phases :

- l'identification du besoin ou des attentes,
- la délimitation du thème
- l'élucidation des contraintes,
- la définition et la formulation de la solution
- la programmation et l'organisation
- la mise en œuvre : animation coordination, régulation, action,
- l'évaluation.

Les actions professionnelles touristiques

Les actions professionnelles touristiques sont des missions ponctuelles ciblées, limitées dans le temps et dans l'espace, réalisées par un étudiant, seul ou en groupe, pour le compte d'un commanditaire acteur du tourisme local.

Elles se situent généralement dans le cadre de l'activité habituelle de ce commanditaire.

Elles sont l'occasion d'établir des contacts avec le milieu professionnel touristique local dans sa diversité, de déployer progressivement une activité pratique tenant compte des contraintes de la réalité professionnelle, de s'orienter vers des domaines correspondant à des besoins repérés localement et/ou à leurs centres d'intérêt.

D'un degré de complexité et de difficulté croissant tout au long de la formation, elles s'insèrent dans la progression pédagogique et permettent l'acquisition de compétences professionnelles spécifiques :

- goût de l'action,
- aptitude à gérer son temps,
- sens de la méthode et de l'organisation,
- recours pertinents aux techniques de l'animation et de la gestion touristiques locales ainsi qu'aux équipements spécifiques, notamment de traitement de l'information touristique,
- aptitude à mobiliser des compétences dans des contextes touristiques variés,
- respect des contraintes propres à chaque structure touristique.

STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL

1. OBJECTIFS

Le stage en milieu professionnel doit permettre au futur technicien supérieur en “ animation et gestion touristiques locales ” :

- d’appréhender la réalité et la diversité des organisations qui interviennent dans l’activité touristique locale,
- d’acquérir et/ou d’approfondir, dans une logique de formation articulée avec les autres modalités pédagogiques, les compétences décrites dans le référentiel de certification.

Au cours du stage, l’étudiant complète l’acquisition de compétences opérationnelles par des mises en situation réelle au cours desquelles il est conduit à exercer les trois niveaux de responsabilité définis dans le référentiel des activités professionnelles : prise de décision, assistance et exécution.

Le stage peut être le moment privilégié pour la construction et la mise en œuvre de tout ou partie d’un projet touristique.

2. MODALITÉS

Le stage obligatoire, à temps plein, a une durée de 12 à 14 semaines. Cette durée peut être aménagée dans les conditions prévues par la réglementation (voir 4. Aménagement de la durée de stage)

Il se déroule au sein d’entreprises, d’organismes, d’administrations ou de services des collectivités territoriales impliqués dans l’activité touristique locale.

3. ORGANISATION

3.1. Voie scolaire

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels et sont placés sous le contrôle des autorités académiques dont relève l’étudiant.

La recherche des organismes d’accueil est assurée conjointement par l’étudiant et l’équipe pédagogique. En ce domaine, il est impératif de tenir compte de la diversité des acteurs du tourisme local et de varier en conséquence les lieux de stage pour un même étudiant.

Chaque période de stage fait l’objet d’une convention signée entre les représentants de l’organisme d’accueil et ceux de l’établissement de formation. Cette convention est établie conformément aux dispositions en vigueur (circulaires du 30 octobre 1959, BOEN n°24 du 14 décembre 1959 et du 26 mars 1970, BOEN n°17 du 23 avril 1970). Elle comporte en outre une annexe pédagogique qui précise :

- les objectifs poursuivis libellés en termes de compétences à acquérir ou à approfondir,
- les modalités prévues pour atteindre les objectifs pré cités (responsabilités et missions confiées au stagiaire),
- les informations que l’organisme s’engage à fournir afin d’aider le stagiaire dans son travail,

- les conditions matérielles de déroulement du stage (lieu(x), conditions d'utilisation du matériel mis à disposition, horaires),
- les modalités de tutorat (nom du tuteur au sein de l'organisme d'accueil, modalités de suivi du stagiaire par ce tuteur),
- les modalités d'échange entre le représentant de l'organisme d'accueil, le tuteur et l'équipe pédagogique (fréquence et dates des visites du représentant de l'équipe pédagogique au sein de l'organisme d'accueil, procédures d'échanges d'informations en cas de difficultés rencontrées par le stagiaire...)
- les modalités de l'évaluation conjointe (équipe pédagogique, représentant de l'organisme d'accueil, tuteur, stagiaire) de la période de stage.

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant - stagiaire et non de salarié.

Afin d'en assurer le caractère formateur, les périodes de stage sont placées sous la responsabilité des professeurs assurant les enseignements d'action professionnelle touristique, de mercatique-gestion appliquées au tourisme et des techniques touristiques. Cependant, l'équipe pédagogique dans son ensemble est chargée des opérations de suivi de ces périodes de stage et notamment des relations avec les représentants des organismes d'accueil et des tuteurs.

En fin de stage, une attestation est remise au stagiaire par le responsable de l'organisme d'accueil. Elle précise la date et la durée du stage ainsi que les types d'activités réalisées. Les différentes attestations seront envoyées au service académique des examens selon des modalités précisées par la circulaire nationale d'organisation de l'examen.

La durée globale du stage est 12 à 14 semaines. Une période de 6 semaines consécutives est obligatoire. Les semaines restantes peuvent être fractionnées en plusieurs périodes, en fonction du projet pédagogique de l'établissement de formation. Ces périodes doivent être prévues de façon à être intégrées dans la progression pédagogique afin d'éviter une simple juxtaposition des temps de formation en entreprise et en centre de formation.

3.2. Voie de l'apprentissage

Pour les apprentis, les attestations de stage sont remplacées par la photocopie du contrat de travail ou par un certificat de l'employeur confirmant le statut du candidat comme apprenti dans son entreprise.

Les activités effectuées au sein de l'entreprise doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel.

Les objectifs pédagogiques sont les mêmes que ceux des étudiants sous statut scolaire.

3.3. Voie de la formation continue

a. candidat en situation de première formation ou en situation de reconversion

La durée de stage est de 12 semaines. Elle s'ajoute à la durée de formation dispensée dans le centre de formation continue en application de l'article 11 du décret n°95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur.

L'organisme de formation peut concourir à la recherche de l'entreprise d'accueil.

Le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.

Lorsque cette préparation s'effectue dans le cadre d'un contrat de travail de type particulier, le stage obligatoire est inclus dans la période de formation dispensée en milieu professionnel si les activités effectuées sont en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus.

b. candidat en situation de perfectionnement

L'attestation de stage peut être remplacée par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans le secteur relevant de l'animation et de la gestion touristiques locales si les activités effectuées sont en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus, en qualité de salarié à plein temps pendant six mois au cours de l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen.

3.4. Candidats en formation à distance

Les candidats relèvent, selon leur statut – scolaire, apprenti, formation continue- , de l'un des cas précédents.

3.5. Candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle

L'attestation de stage peut être remplacée par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

4. AMÉNAGEMENT DE LA DURÉE DE STAGE

La durée obligatoire minimale du stage est de 12 semaines. Cette durée peut être réduite soit pour une raison de force majeure dûment constatée soit dans le cas d'une décision d'aménagement de la formation ou d'une décision de positionnement à une durée de 6 semaines.

Toutefois, les candidats qui produisent une dispense de l'unité 6, notamment au titre de la validation des acquis de l'expérience, ne sont pas tenus d'effectuer de stage.

5. CANDIDATS AYANT ÉCHOUÉ À UNE SESSION ANTÉRIEURE DE L'EXAMEN

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen, peuvent, s'ils le jugent nécessaire au vu des éléments d'appréciation portés par la commission d'interrogation et de la note obtenue lors de l'épreuve E6 "conduite et présentation de projets et d'actions touristiques", effectuer un nouveau stage.

Toutefois les candidats doublants doivent s'impliquer normalement dans les activités professionnelles et effectuer les stages que leur établissement organise pendant leur période de redoublement.

Les candidats apprentis doublants peuvent présenter à la session suivant celle au cours de laquelle ils n'ont pas été déclarés admis :

- soit leur contrat d'apprentissage initial prorogé pendant un an ;
- soit un nouveau contrat conclu avec un autre employeur (en application des dispositions de l'article L.117-9 du code du travail).

**ANNEXE III HORAIRE HEBDOMADAIRE
(FORMATION INITIALE SOUS STATUT SCOLAIRE)**

ENSEIGNEMENTS	Première année	Seconde année
Français	2(2+0)	2(2+0)
Communication en langues vivantes étrangères :		
A	3(2+1)	3(2+1)
B (anglais)	3(2+1)	3(2+1)
Analyse du patrimoine	2(2+0)	2(2+0)
Analyse spatiale appliquée au tourisme	3(3+0)	3(3+0)
Économie et droit	4(4+0)	4(4+0)
Mercatique - gestion appliquées aux organisations du tourisme	4(4+0)	4(4+0)
Techniques touristiques	4(4+0)	4(4+0)
Action professionnelle touristique ^{1 2}	8(0+8)	8(0+8)
TOTAL	33(23+10)	33(23+10)
Enseignements facultatifs		
Langue vivante étrangère C ³	2(2+0)	2(2+0)
Patrimoine culturel et touristique régional	3(3+0)	3(3+0)
<i>Accès des étudiants aux ressources informatiques et documentaires de l'établissement</i>	8	8

L'horaire d'action professionnelle touristique appliquée sera regroupé sur une même journée afin de faciliter la mise en place des actions et projets en relation avec les entreprises ou les organisations du tourisme local.

¹ Afin d'accélérer l'acquisition des compétences techniques de base spécifiques, un volume horaire, de l'ordre de 40 heures sur les deux années, sera consacré, de préférence en début de première année, à l'apprentissage du traitement informatisé des informations touristiques. Ceci doit permettre par la suite le recours systématique aux technologies avancées de traitement de l'information pour toute action ou tout projet touristique développé dans le cadre des actions professionnelles touristiques.

² Pour assurer la responsabilité de l'encadrement de ces actions professionnelles touristiques, il est possible de faire appel aux professeurs chargés des enseignements de techniques touristiques, de mercatique - gestion ou d'analyse spatiale. En fonction des compétences de chacun, sur une base annuelle de 288 heures (36 semaines * 8 heures), il est envisageable de confier un volume global de 108 heures (36 * 3 heures hebdomadaires) au(x) professeur(x) compétent(s) en techniques touristiques, de 108 heures également au professeur compétent en mercatique - gestion et de 72 heures (36 * 2 heures) au(x) professeur(x) compétent(s) en analyse spatiale.

³ La langue vivante étrangère choisie à titre facultatif est obligatoirement différente de celles choisies à titre obligatoire.

ANNEXE IV RÉGLEMENT D'EXAMEN

BTS Animation et gestion touristiques locales			Voie scolaire, apprentissage, formation professionnelle continue, enseignement à distance, candidats justifiant 3 ans d'expérience professionnelle	Formation professionnelle continue dans des établissements publics habilités	
Épreuves	Unités	Coef.	Forme ponctuelle	Durée	Évaluation en cours de formation
E1 Français	U1	3	Écrite	4 heures	4 situations d'évaluation
E2 Communication en langue vivante étrangère - langue vivante étrangère A - langue vivante étrangère B : anglais	U2	4	Orale	0,5 h 0,5 h	4 situations d'évaluation 4 situations d'évaluation
E3 Analyse de l'espace territorial	U3	3	Écrite	4 heures	4 situations d'évaluation
E4 Économie droit appliqués au tourisme	U4	3	Écrite	4 heures	4 situations d'évaluation
E5 Étude de situations touristiques	U5	3	Écrite	5 heures	Ponctuelle écrite
E6 Conduite et présentation de projets et d'actions touristiques	U6	4	Orale	1 heure	4 situations d'évaluation
Épreuves facultatives					
Langue vivante étrangère C ⁴		1	orale	20 mn	Ponctuelle orale
Présentation du patrimoine culturel et touristique régional ⁵⁶		1	orale	0,5 h	Ponctuelle orale

⁴ La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celles choisies au titre de l'épreuve obligatoire

⁵ La mention de la région concernée fera l'objet d'une attestation rectorale indépendante

⁶ La carte de guide-interprète régional sera attribuée à tout titulaire du brevet de technicien supérieur qui aura obtenu la note de 12/20 à chacune des trois épreuves suivantes : E2 Communication en langue vivante étrangère ; E6 Conduite et présentation de projets et d'actions touristiques ; épreuve facultative : Présentation du patrimoine culturel et touristique régional

<p>ANNEXE V : DEFINITION DES EPREUVES PONCTUELLES ET DES SITUATIONS D'EVALUATION EN COURS DE FORMATION</p>

1. Objectif

L'objectif visé est de vérifier l'aptitude des candidats à communiquer avec efficacité dans la vie courante et la vie professionnelle.

L'évaluation sert donc à vérifier les capacités du candidat à :

- Communiquer par écrit ou oralement,
 - S'informer, se documenter,
 - Appréhender un message,
 - Réaliser un message,
 - Apprécier un message ou une situation.
- (Arrêté du 30 mars 1989 – BO n° 21 du 25 mai 1989)

2. Forme de l'évaluation

2.1. Ponctuelle (écrite, durée 4 h)

(cf. annexe III de l'arrêté du 30 mars 1989 – BO n° 21 du 25 mai 1989).

L'épreuve est commune pour les brevets de technicien supérieur du même groupement précisé dans une circulaire d'organisation.

2.2. Contrôle en cours de formation

L'unité de français est constituée de quatre situations d'évaluation de poids identiques :

- Deux situations relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit ;
- Deux situations relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.

1° Première situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures) :

a) Objectif général :

Évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

b) Compétences à évaluer :

- Respecter les contraintes de la langue écrite,
- Appréhender et reformuler un message écrit (fidélité à la signification globale du texte et pertinence dans le relevé de ses éléments fondamentaux),
- Réaliser un message écrit cohérent (pertinence par rapport à la question posée, intelligibilité, précision des idées, pertinence des exemples, valeur de l'argumentation, exploitation opportune des références culturelles et de l'expérience personnelle, netteté de la conclusion).

c) Exemple de situation :

- Résumer par écrit un texte long (900 mots environ) portant sur un problème contemporain ;
- Le commenter en fonction de la question posée et du destinataire.

2° Deuxième situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures) :

a) Objectif général :

Évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

b) Compétence à évaluer :

- Respecter les contraintes de la langue écrite ;
- Synthétiser des informations : fidélité à la signification des documents, exactitude et précision dans leur compréhension et leur mise en relation, pertinence des choix opérés en fonction du problème posé et de la problématique retenue par le candidat, cohérence de la problématique comme de la production (classement et enchaînement des éléments, équilibre des parties, densité du propos, efficacité du message) ;
- Apprécier un message et présenter un point de vue brièvement argumenté.

c) Exemple de situation :

- Réalisation d'une synthèse de documents à partir de plusieurs documents (4 ou 5) de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, messages graphiques, tableaux statistiques...) centrés sur un problème précis et dont chacun est daté et situé dans son contexte. Cette synthèse est suivie d'une brève appréciation ou proposition personnelle liée à la fois aux documents de synthèse et au destinataire.

3° Troisième situation d'évaluation (durée indicative : 30 minutes) ;

a) Objectif général :

Évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.

b) Compétences à évaluer :

- S'adapter à la situation (maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectif et d'adaptation au destinataire (choix des moyens d'expression appropriés, prise en compte de l'attitude et des questions du ou des interlocuteurs) ;
- Organiser un message oral : respect du sujet, structure interne du message (intelligibilité, précision et pertinence des idées, valeur de l'argumentation, netteté de la conclusion, pertinence des réponses...).

c) Exemple de situation :

À partir d'un dossier qui aura été fourni au préalable et qui portera soit sur une question d'actualité soit sur une situation professionnelle, présenter un relevé de conclusions et répondre, au cours d'un entretien, aux questions d'un ou, éventuellement, plusieurs interlocuteurs. Le dossier peut être constitué de documents de même nature (ex. : revue de presse) ou de documents de nature diverse, textuels et non textuels tels qu'organigrammes, tableaux statistiques, schéma, graphiques, diagrammes, images...

4° Quatrième situation d'évaluation (durée indicative) : 30 minutes ;

a) Objectif général :

Évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.

b) Compétences à évaluer :

- S'informer, se documenter ;
- Analyser une situation, une expérience, des données ; en établir une synthèse ;
- Faire le point au cours d'une discussion ou d'un débat ; dégager des conclusions ;
- S'adapter à un contexte de communication ;
- Utiliser un langage approprié.

c) Exemples de situation :

- Compte rendu oral d'une activité professionnelle (stage en entreprise par exemple) ou d'une activité culturelle (compte rendu de lecture, de spectacle, de visite d'une exposition...), suivi d'un entretien ;
- Animation d'un groupe de réflexion et réalisation de la synthèse finale.

E2 COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

Travail oral en langue vivante étrangère A (Coef 1,5)

U21

Travail oral en langue anglaise (Coef 1,5)

U22

1. Objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer à la fois la compréhension et l'expression orale dans la langue étrangère.

Il s'agit de vérifier la capacité du candidat à s'exprimer par oral de manière cohérente et structurée, à un niveau de langue acceptable d'aisance et de correction et d'évaluer son esprit d'analyse et de synthèse.

Il s'agit de vérifier la capacité du candidat à participer à un dialogue dans la langue vivante étrangère choisit conduit dans une perspective professionnelle.

2. Forme de l'évaluation

2.1. Ponctuelle

L'épreuve consiste en un entretien prenant appui sur des documents appropriés. Il n'est pas exclu que l'un des documents soit un enregistrement proposé sous forme audio ou vidéo.

La définition de l'épreuve orale est identique pour la langue étrangère A et pour l'anglais.

2.2. Contrôle en cours de formation

Les deux unités de langue vivante étrangère (langue vivante A et langue vivante B) sont constituées chacune de deux situations d'évaluation de coefficient égal correspondant aux compétences requises.

Ces deux situations d'évaluation comportent des exercices qui ont des objectifs et des contenus identiques à ceux de l'épreuve ponctuelle.

1. Finalités et objectifs

L'objectif est d'évaluer la capacité à produire la synthèse d'une analyse réalisée pour un donneur d'ordre identifié ou d'une opération touristique précisément définie.

Cette production doit mettre en évidence tout ou partie :

- Des conditions que l'espace étudié détermine pour l'opération envisagée,
- Des orientations qu'il suggère,
- De la part explicative qu'il fournit à un audit de fonctionnement.

Que ce soit sous forme ponctuelle ou en cours de formation, il s'agit d'évaluer la capacité du candidat à appliquer des connaissances générales et outils méthodologiques à une situation concrète particulière :

- Utiliser avec pertinence ses connaissances géographiques, historiques et patrimoniales.
- Fournir une information et / ou une aide à la décision à un donneur d'ordre
- Inscrire son travail dans un projet qui l'englobe.
- Analyser les conditions préalables imposées ou suggérées par l'espace étudié et les replacer aux différentes échelles requises par la demande.
- Relativiser une analyse et évaluer ses résultats en fonction de la demande formulée (objectif et finalité).
- Déterminer les spécificités et les conséquences spatiales de l'exploitation d'un équipement et / ou d'une activité touristiques ponctuelle ou durables.

2. Contenu

L'unité U3 est validée par le contrôle de l'acquisition des compétences relevant des fonctions suivantes du référentiel de certification :

C1 S'INFORMER, ANALYSER

C2 ORGANISER

C3 COMMUNIQUER

C5 ÉVALUER

Ainsi que des savoirs et savoir faire associés :

S3 Analyse spatiale

S5 Analyse des territoires : aspects historiques et patrimoniaux

3. Modalités d'évaluation :

3.1. Forme ponctuelle : Épreuve écrite d'une durée de 4 heures

Le sujet propose, pour un donneur d'ordre identifié dans ses fonctions et objectifs, l'analyse d'un espace défini ou à définir et / ou d'un objet touristique spatialisé, réel ou projeté.

Il est accompagné de documents – sources bruts ayant trait aux caractéristiques de l'espace à étudier : cartes, plans et photographies à diverses échelles ; images ; données climatiques et météorologiques ; tableaux chronologiques, inventaires statistiques, documents administratifs ou réglementaires... ou tout type de documents susceptibles d'aider à mener le travail à bonne fin.

Peuvent être mis à la disposition des candidats des outils pré-construits d'analyse ou de présentation.

Le sujet précise le niveau d'analyse exigé (information neutre, évaluation critique, proposition / préconisation) et les formes requises pour la réponse (documents techniques d'information et/ou d'aide à la décision type compte-rendu , procès-verbal, note de service, mémo, fiche technique, cahier des charges ; documents d'illustration tels que schémas cartographiques, graphiques, dessins, tableaux synoptiques ...) selon les modalités fixées par le sujet.

3.2. Contrôle en cours de formation.

Quatre situations d'évaluation sont réparties sur le temps de formation et complémentaires les unes des autres en termes de compétences évaluées, dans leurs composantes méthodologiques et notionnelles.

Les thèmes et les exigences de chaque évaluation seront présentés en respectant les recommandations de l'épreuve ponctuelle.

Chaque évaluation prend la forme d'une prestation écrite d'une durée minimum de deux heures chacune.

Les situations proposées et les grilles d'évaluation utilisées seront mises à la disposition du jury.

4. Critères d'évaluation

L'évaluation, sous forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation prend en compte les éléments suivants :

- L'adéquation de la réponse à la demande formulée.
- La qualité de la communication écrite dans toutes ses composantes et formes.
- La compétence méthodologique (utilisation des démarches et méthodes, justification des choix).
- L'aptitude à mobiliser les connaissances générales appropriées à la particularité de la demande : situer, en fonction de la demande, son action dans l'espace, le temps, le contexte socio-économique et culturel.
- L'aptitude à la professionnalisation de ses savoirs.

1. Finalités et objectifs

L'objectif visé est d'évaluer les compétences économiques et juridiques exprimées au sein du référentiel dans leurs composants méthodologiques et notionnels.

Dans le cadre des activités liées au tourisme, on veut apprécier l'aptitude du candidat à :

- appréhender l'environnement économique, juridique et social et en percevoir l'évolution,
- analyser une situation et poser un problème,
- mener une réflexion et construire une argumentation.

2. Contenu

L'unité U4 « d'Économie et droit appliqués au tourisme » est validée par le contrôle de l'acquisition des savoirs et des compétences figurant dans le programme d'environnement économique, de management des organisations, d'environnement et organisation juridique.

3. Critères de l'évaluation

Les trois disciplines évaluées ont un poids sensiblement égal.

Il est tenu compte

- de la pertinence de l'analyse,
- de la rigueur de la démarche,
- de l'exactitude des connaissances,
- de la logique du raisonnement.

4. Mode d'évaluation

- **Forme ponctuelle (épreuve écrite, durée 4 heures, coefficient 3)**

L'épreuve comporte deux parties indépendantes :

- L'une vise à évaluer plus particulièrement les compétences méthodologiques relatives à l'exploitation d'informations économiques et ou juridiques liées au secteur ;
- L'autre vise à apprécier la réflexion du candidat et son aptitude à construire un développement structuré sur une ou deux questions relevant du domaine de l'environnement économique, du management des organisations, de l'environnement et organisation juridique ou associant deux d'entre eux. Cette partie peut éventuellement prendre appui sur une documentation.
- **Contrôle en cours de formation :**

Quatre situations d'évaluation sont réparties sur le temps de formation et complémentaires les unes des autres en termes de compétences évaluées, dans leurs composantes méthodologiques et notionnelles.

L'une des quatre situations devra associer au moins deux des trois disciplines constitutives de l'unité.

Les trois domaines d'enseignement devront au total avoir été évalués. Les compétences méthodologiques et l'aptitude à la construction structurée devront avoir fait l'objet d'une évaluation spécifique.

Chaque évaluation prend la forme d'une prestation écrite d'une durée minimum de deux heures.

Les situations proposées et les grilles d'évaluation utilisées seront mises à la disposition du jury.

1. Finalité et objectifs

À partir d'un cas concret conçu à l'aide de données réelles issues du domaine du tourisme réceptif, l'objectif est de vérifier les aptitudes du candidat à :

- Analyser des opérations touristiques réelles,
- Rechercher et proposer des solutions réalistes et cohérentes en vue de résoudre le ou les problèmes énoncés,
- Mobiliser les savoirs associés.

2. Contenu

L'unité U5 est validée par le contrôle de l'acquisition des compétences relevant des fonctions suivantes du référentiel de certification :

C1 S'informer, analyser

C2 Organiser

C3 Communiquer

C4 Agir

C5 Évaluer

Ainsi que des savoirs et savoir faire associés suivants :

S6 Mercatique :

S61 La notion de marché touristique

S63 Les tactiques et stratégies d'entrée et de maintien sur un marché

S7 Gestion

S71 Le système d'information comptable

S72 Le contrôle financier

S74 Les aspects économiques et financiers du projet touristique

S8 Action et animation touristiques

81 Les champs d'intervention du technicien supérieur en animation et gestion touristiques locales

82 Les principes généraux d'une méthodologie de l'action touristique

83 Le diagnostic

86 L'évaluation

3. Modalités d'évaluation

Cette épreuve ne se déroule que sous forme ponctuelle.

Il s'agit d'une épreuve écrite d'une durée de 5 heures s'appuyant sur un cas concret présentant une opération touristique réelle et son environnement.

De nature synthétique, l'étude de cas :

- a pour objet l'action touristique réceptive, quelle que soit son origine et dans toutes ses dimensions, telles qu'elles sont décrites dans le référentiel des activités professionnelles,
- porte sur les différents domaines dans lesquels intervient un technicien supérieur en animation et gestion touristiques locales (la mercatique – gestion appliquées aux organisations du tourisme, les techniques touristiques et notamment la gestion de l'information touristique) pour agir,
- peut mobiliser des connaissances économiques et juridiques.

Outre une mise en situation professionnelle précise, le cas proposera aux candidats deux types d'informations :

- des documents ressources destinés à permettre une analyse de l'opération touristique et de son environnement,
- des outils pré-construits destinés à recevoir le résultat de l'analyse et les propositions.

4. Critères d'évaluation

La commission de correction apprécie :

- La qualité d'analyse des documents ressources,
- La qualité de synthèse des données importantes,
- La qualité de structuration des éléments de faisabilité de l'opération touristique,
- L'intégration des éléments de culture générale adaptés,
- La pertinence d'organisation des informations,
- La mise en évidence de la dimension prospective de l'analyse,
- L'identification des opportunités sectorielles,
- La préconisation d'une démarche construite et argumentée,
- Le caractère opérationnel des solutions préconisées.

5. Composition de la commission de correction

La correction de chaque copie est assurée conjointement par deux professeurs : l'un enseignant la mercatique – gestion appliquées aux organisations du tourisme, l'autre les techniques touristiques, dans des sections préparant au brevet de technicien supérieur animation et gestion touristiques locales.

1. Finalité et objectifs

Cette épreuve, que ce soit sous forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation, a pour objectif de vérifier l'aptitude du candidat à construire et à mettre en œuvre un projet touristique destiné à valoriser l'offre locale. Elle doit permettre de vérifier l'aptitude à :

- prendre des décisions et mettre en œuvre de solutions adaptées au secteur du tourisme,
- mettre en œuvre des compétences appliquées à des situations professionnelles touristiques réelles en s'appuyant sur les outils de traitement de l'information et de la communication,
- s'organiser, agir et travailler avec les différents partenaires du tourisme local,
- communiquer en face à face, argumenter, convaincre et apporter un regard critique.

2. Contenu

L'unité U6 est validée par le contrôle de l'acquisition des compétences relevant des fonctions suivantes du référentiel de certification :

C1 S'informer, analyser

C2 Organiser

C3 Communiquer

C4 Agir

C5 Évaluer

Ainsi que des savoirs et savoir faire associés suivants :

S6 Mercatique :

62 L'action mercatique touristique

S7 Gestion

73 Le contrôle des opérations d'exploitation

75 La gestion administrative du projet et la communication

S8 Action et animation touristiques

84 La conception d'un projet ou d'une action

85 La mise en œuvre de l'action ou du projet

3. Modalités d'évaluation

3.1. Forme ponctuelle

Documents d'information supports de l'interrogation

L'interrogation s'appuie sur un dossier mis à la disposition des interrogateurs selon les modalités fixées par la circulaire nationale d'organisation de l'examen. Ce dossier sera rédigé à l'aide d'un traitement de texte.

Il comprendra :

les fiches descriptives de(s) projet(s) et des actions professionnelles touristiques (cf. modèle présenté par la circulaire nationale d'organisation de l'examen). Ces documents indiqueront notamment :

- la date et la durée de l'action ou du projet,
- l'(les) organisme(s), la(les) collectivité(s) ou l'(les) entreprise(s) partenaire(s),
- le nom et la qualité des différents acteurs impliqués dans la réalisation de l'action ou du projet (autres étudiants, professionnels...),
- le ou les objectifs poursuivis,
- la méthodologie élaborée (moyens prévus, notamment ceux relevant des technologies traitement de l'information ; calendrier des opérations ; opérations de contrôle et évaluation),
- les résultats obtenus,
- les initiatives et responsabilités prises par le candidat et les compétences acquises.

Pour les candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle, ces fiches descriptives seront remplacées par une présentation, en dix pages au maximum, de leur activité professionnelle relevant des fonctions du référentiel des activités professionnelles du brevet de technicien supérieur « animation et gestion touristiques locales ».

Le tableau récapitulatif des projets, des actions professionnelles et des périodes de stages

Élaboré selon le modèle proposé par la circulaire nationale d'organisation de l'examen, il permet de prendre connaissance de la répartition des projets, des actions et des périodes de stages pendant la période de formation.

Les attestations de stages ou les certificats de travail ou la photocopie du contrat de travail.

Ces différents documents sont des supports d'informations mis à disposition de la commission d'interrogation. Ils ont pour objectif d'aider la commission à orienter son interrogation. Ils ne sont pas évalués.

Composition de la commission d'interrogation

La commission est composée de deux professeurs chargés du suivi des actions professionnelles touristiques et d'un professionnel :

- un professeur chargé de l'enseignement des techniques touristiques,
- un professeur de mercatique – gestion ou d'analyse spatiale.

En l'absence du professionnel, la commission pourra néanmoins valablement interroger et statuer.

Déroulement de l'épreuve

L'épreuve débute par une présentation (10 minutes maximum), à l'aide du tableau récapitulatif et du dossier, des actions professionnelles touristiques appliquées et du (des) projets réalisés pendant la période de formation. Durant cette période, le candidat ne peut être interrompu.

Dans une seconde phase, le candidat présente en détail une action sélectionnée par la commission d'interrogation puis un projet réalisé pour une organisation locale du tourisme.

Pour étayer son propos, le candidat peut s'appuyer sur tout document à sa convenance. Il peut également présenter ses réalisations à l'aide des outils informatiques mis en sa disposition selon des modalités définies par la circulaire nationale d'organisation.

L'entretien avec la commission d'interrogation, exclusivement centré sur les actions et les projets réalisés par le candidat, permet enfin de préciser et/ou d'approfondir certains aspects de l'exposé. Il peut éventuellement être étendu à d'autres actions ou projets figurant sur le tableau récapitulatif.

En l'absence de dossier, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans dossier sera donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien et se verra en conséquence attribuer la note zéro.

3.2. Contrôle en cours de formation

L'évaluation est réalisée au travers de quatre situations d'évaluation orales d'une heure, réparties sur le temps de formation.

Chaque prestation implique, dans l'esprit de l'épreuve ponctuelle, une présentation des actions professionnelles touristiques réalisées, et pour la dernière d'entre elles, du ou des projets achevés.

L'entretien prend appui sur les fiches descriptives d'activité et de projet.

À l'issue des situations d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis dans le cadre de l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique de l'établissement de formation adresse au jury le descriptif (fiches descriptives et tableau récapitulatif) servant de support aux entretiens, accompagné des grilles d'évaluation. La forme des documents sera précisée par la circulaire nationale d'organisation de l'examen.

Après examen attentif des documents fournis le cas échéant, le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note.

4. Critères d'évaluation

L'évaluation, sous forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation, prend en compte les éléments suivants :

- la qualité de la communication orale ;
- l'aptitude à rendre compte, à situer son activité, à justifier ses choix, ses démarches et ses méthodes ;
- la capacité à mobiliser les savoir-faire appropriés, caractéristiques du secteur touristique concerné ;
- la capacité à gérer son temps ;
- le comportement professionnel.

1. Objectifs

L'épreuve a pour but de vérifier l'aptitude du candidat à appréhender des composantes multiples du patrimoine culturel et touristique d'une région et à les mettre en valeur dans le cadre d'une activité professionnelle en relation avec l'accueil et le guidage de clientèles.

2. Modalités

Il s'agit d'une épreuve orale d'une durée de 30 minutes qui prend la forme d'un exposé puis d'un entretien avec la commission d'interrogation.

Cette épreuve prend appui sur un dossier composé de trois fiches abordant les trois thèmes suivants choisis (un thème par fiche) à des périodes historiques différentes :

- les expressions socioculturelles des terroirs régionaux,
- le patrimoine artistique régional,
- l'histoire et l'actualité économique régionale.

Les thèmes sont traités à l'échelle régionale.

Chaque fiche, d'une longueur de trois pages maximum, double interligne, est structurée de la façon suivante :

- Sources : bibliographie et documentation diverses,
- Justification du thème
- Présentation de la démarche d'adaptation à au moins deux types de clientèle clairement identifiée et deux types d'activité professionnelle.

3. Déroulement de l'épreuve

Le candidat expose sur un thème tiré au sort pendant une durée d'1/4 heure puis la commission l'interroge pendant 1/4 d'heure, les questions pouvant porter sur les deux autres thèmes.

Le candidat est libre de sa documentation d'appui et de ses supports.

La commission d'interrogation est composée :

- D'un professeur en charge des enseignements liés au module d'approfondissement « Patrimoine culturel et touristique régional » ou à l'analyse spatiale ou à l'analyse du patrimoine ou à l'action touristique.
- Dans toute la mesure du possible, d'une personne extérieure de compétence reconnue dans le secteur professionnel concerné.

En l'absence de dossier, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans dossier sera donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien et se verra en conséquence attribuer la note zéro.

4. Critères d'évaluation

La commission d'interrogation apprécie :

- Le niveau de connaissance du patrimoine culturel et touristique régional dans ses composantes significatives (une connaissance exhaustive n'est pas exigée) et la capacité à le traduire dans un contexte professionnel.
- La pertinence de la démarche, des choix documentaires et de l'argumentation.

Le dossier en tant que tel (les trois fiches) n'est pas évalué.

La mention de la région concernée fera l'objet d'une attestation rectorale indépendante du diplôme si la note obtenue est égale ou supérieure à 12/20, en vue de l'attribution éventuelle de la carte de guide-interprète régional.

ANNEXE VI

TABLEAU CROISÉ SAVOIRS – UNITÉS

Ce tableau donne la liste des savoirs concernés essentiellement mais pas exclusivement par les unités de l'examen.

SAVOIRS ASSOCIES	UNITÉS	U1	U2	U3	U4	U5	U6
S 1 - FRANÇAIS							
S 2 - COMMUNICATION EN LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES							
S3 ANALYSE SPATIALE							
S 4 - ÉCONOMIE ET DROIT APPLIQUÉS AU TOURISME							
S 5 - ANALYSE DU TERRITOIRE : ASPECTS HISTORIQUES ET PATRIMONIAUX							
S6 - MERCATIQUE							
S61 La notion de marché touristique							
S62 L'action mercatique touristique							
S63 Les tactiques et stratégies d'entrée et de maintien sur un marché							
S7 - GESTION							
S71 Le système d'information comptable							
S72 Le contrôle financier							
S73 Le contrôle des opérations d'exploitation							
S74 Les aspects économiques et financiers du projet touristique							
S75 La gestion administrative du projet touristique et la communication							
S8 ACTION ET ANIMATION TOURISTIQUES							
S81 Les champs d'intervention du technicien supérieur en animation et gestion touristiques locales							
S82 Les principes généraux d'une méthodologie de l'action touristique							
S83 Le diagnostic							
S84 La conception d'un projet ou d'une action							
S85 La mise en œuvre de l'action ou du projet							
S86 L'évaluation							

TABLEAU DE CORRESPONDANCE entre les épreuves et les unités
du BTS *Tourisme-loisirs* option accueil animation professionnels et celles du BTS *Animation et gestion touristiques locales*

Brevet de technicien supérieur Tourisme-loisirs option B accueil animation professionnels (arrêté du 9 octobre 1997)		Brevet de technicien supérieur Animation et gestion touristiques locales Défini par le présent arrêté	
E1 Français	U1	E1 Français	U1*
E3 Communication en langues vivantes étrangères S/E E3 Travail écrit et entretien en langue vivante étrangère A et B	U31 et U32	E2 Communication en langues vivantes étrangères LV étrangère A LV étrangère B	U21 U22
E2 Géographie appliquée au tourisme, histoire des civilisations, histoire de l'art	U2	E3 Analyse de l'espace territorial	U3
E4 Mercatique, gestion, environnement économique et juridique du tourisme	U4	E4 Économie et droit appliqués au tourisme	U4*
E6 Montage de projet touristique composé : Développement touristique appliqué Conception et commentaires de visites culturelles	U61 et U62b	E5 Étude de situations touristiques	U5
E5 Conduite et présentation d'activités touristiques : pratiques d'accueil et d'animation touristiques	U5b	E6 Conduite et présentation d'activités professionnelles	U6

* Les unités U1 et U4 sont communes au BTS *Ventes et productions touristiques* et au BTS *Animation et gestion touristiques locales*.