

Bachelor Hospitality, Leisure & Culture Management 3^{ème} année – Responsable Opérationnel d'Activité



✓ Objectifs :

- Elaborer la stratégie commerciale et marketing d'une entreprise touristique
- Développer une politique d'innovation touristique
- Gérer et piloter l'activité touristique
- Manager et animer les équipes d'une entreprise touristique
- Maîtriser les outils et concepts du E-Tourisme pour un tourisme créatif, durable et responsable

👤 Public visé :

- Jeunes de 16 ans à 29 ans révolus et autres salariés dans une optique d'évolution, de réorientation professionnelle ou de co-construction de projets qualifiants entre salariés et employeurs (éligibilité Pro-A)
- Demandeurs d'emploi de 26 ans et plus, rencontrant des difficultés de placement en contrat d'alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) entreprise du fait de la crise sanitaire

📋 Prérequis :

Toute personne justifiant d'un diplôme de niveau Bac+2 reconnu par l'Etat ou équivalent à dominante touristique, internationale ou tertiaire (120 ECTS)

Niveau de maîtrise de l'Anglais : B1 – Utilisateur indépendant

Qualités requises : motivation pour les métiers du tourisme, sens de l'organisation et du contact client

➔ Modalités et délais d'accès :

La formation est accessible :

- sous le statut d'alternant (contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation)
- sous le statut de salarié en contrat Pro-A
- sous le statut de stagiaire de la formation professionnelle (demandeurs d'emploi)

Pour tout autre profil consultez-nous

Etapes d'inscription :

- 1) Dépôt de candidature par mail
- 2) Admission sur concours d'entrée (examen du dossier, entretien et tests de langues - Anglais et Espagnol)
- 3) Inscription définitive à compter de la signature de la lettre d'engagement



Type de formation :

Formation diplômante/certifiante – Alternance et Formation continue



Filière de formation :

Tourisme & Développement durable



Niveau de sortie de la formation :

Niveau 6 (Bac+3) – 180 ECTS



Durée de la formation :

1 année / 665 heures



Coût de la formation :

Alternance et Pro-A : 10 100 €

Autres dispositifs : 7 790 €

Apprentis et autres salariés :

Formation gratuite et rémunérée pour l'alternant (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation)

Prise en charge en alternance et Pro-A par OPCO

Demandeurs d'emploi : formation gratuite pour le bénéficiaire (financement intégral par le Fonds Social Européen et la CTM au titre du PO FEDER FSE 2014-2020 pour 12 stagiaires)



Prochaines sessions :

15 novembre 2021 au 29 juin 2022



Accessibilité handicap :

Site répondant aux conditions d'accessibilité et desservi par un réseau de transport urbain
Pour plus d'informations, consultez notre page dédiée



SKILLFOR Campus

Pôle Consulaire de Formation
Rue Aubin Edmond – Quartier Case Navire
97233 SCHOELCHER
0596 42 78 78
www.skillforcampus.com



Gestionnaire de formation :

Véronique FLORO
documentation@eqc-martinique.com
0596 64 98 44



Rythme d'alternance :

3 jours en centre de formation / 2 jours en entreprise en rythme alterné professionnalisant



Modalités pédagogiques :

Formation dispensée en format hybride : Blended Learning

Alternance d'apports théoriques, méthodologiques (exercices d'applications et simulations, études de cas, travaux de groupes soutenus à l'oral), d'interactions professionnalisantes (séminaires, témoignages métiers, conférences sectorielles, workshops tourisme, business game) et d'applications pratiques en entreprise

E-learning accompagné et tutoré selon le besoin identifié et à l'issue d'un test de niveau faisant l'objet de travaux individuels
Accompagnement individualisé et coaching



Programme :

Les compétences professionnelles s'acquièrent à la fois en centre de formation dans le cadre d'ateliers professionnels mais aussi en entreprise dans le cadre de l'alternance

Possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences

RNCP35256BC01 Gérer et manager un projet – 160 heures

Activité 1 - Cadrer le projet

C.1.1 - Initialiser l'ouvrage en identifiant les besoins du donneur d'ordre et en validant avec lui l'intérêt du projet et l'enveloppe budgétaire associée.

C.1.2 - Définir les objectifs du projet selon le but fixé par le donneur d'ordre.

C.1.3 - Étudier la faisabilité et l'opportunité du projet en prenant en compte les dimensions techniques et économiques (humaines, matériels, temps, financières, parties prenantes).

C.1.4 - Constituer l'équipe projet en tenant compte des ressources et des contraintes de l'entreprise.

C.1.5 - Rédiger le cahier des charges en identifiant les livrables et les résultats attendus.

Activité 2 - Planifier le projet

C.2.1 - Identifier les risques du projet et leurs conséquences en utilisant une matrice d'analyse des risques.

C.2.2 - Définir les tâches et leur enchaînement en les découpant en sous-ensembles d'activités, en s'appuyant sur le ou les outil(s) d'ordonnement.

C.2.3 - En s'appuyant sur les jalons préalablement définis dans le cahier des charges, identifier les avancées ou retards et apporter les actions correctrices nécessaires.

C.2.4 - Elaborer le budget global en tenant compte des ressources humaines et matérielles, et s'assurer de son adéquation avec l'enveloppe budgétaire.

Activité 3 - Piloter, finaliser et clôturer le projet

C.3.1 - Animer l'équipe projet, suivre et contrôler l'avancement du projet en s'assurant du suivi des indicateurs de performance et des bilans d'étapes.

C.3.2 - Mettre en place une gestion et un accompagnement sur la conduite du changement.

C.3.3 - Communiquer les principaux indicateurs de performance aux différentes instances (comité de pilotage, comité de direction et/ou donneur d'ordre) jusqu'à la validation du projet.

C.3.4 - Capitaliser sur le retour d'expérience de chaque membre de l'équipe durant le projet et lors de la réunion de clôture.

RNCP35256BC02 Créer une entreprise ou une activité – 162 heures

Activité 1 - Définir son projet d'activité à partir d'une idée et analyser son marché

C.1.1 - Animer un groupe de personnes pour interagir autour de l'idée en utilisant les techniques de créativité afin d'imaginer des réponses innovantes et sans parti pris à des problématiques existantes.

C.1.2 - Construire son modèle économique en réalisant une étude du marché visé et une analyse de la concurrence, et en définissant l'offre de produits et/ou de services ainsi que son positionnement marketing tout en s'assurant de la cohésion du marketing mix.

Activité 2 - Créer le plan d'affaires ou le business plan

C.2.1 - Créer et mettre en place le plan d'action commercial en décrivant les étapes du parcours client et en identifiant les indicateurs de suivi de l'activité commerciale.

C.2.2 - Etablir le plan financier en réalisant le bilan prévisionnel, le compte de résultat et le plan de trésorerie sur 3 années.

Activité 3 - Trouver les financements de l'activité

C.3.1 - Identifier les financeurs potentiels afin de présenter le projet et convaincre les financeurs ou dirigeants (DAF, comité de direction, banques, love money, « crowdfunding », « business angels », capital-risqueurs, etc.) en adaptant la présentation au public et selon les étapes d'avancement du projet.

C.3.2 - Négocier un financement, une aide ou un prêt au meilleur taux en tenant compte des offres du marché.

Activité 4 - Définir le statut juridique de son activité et assurer la protection du dirigeant

C.4.1 - Identifier la forme juridique adaptée à l'activité

C.4.2 - Sélectionner une protection sociale et juridique du dirigeant en choisissant les organismes affiliés à l'activité.

C.4.3 - S'assurer de la protection de la marque et du concept (France et international).

RNCP35256BC03 Développer et piloter une entreprise ou une activité – 161 heures**Activité 1 - Assurer une veille du marché et adapter son offre.**

C.1.1 - Saisir les opportunités du marché en mettant en place une veille.

C.1.2 - Définir et positionner l'offre en fonction d'une cible, du marché et des concurrents.

Activité 2 - Mettre en place le plan d'action marketing.

C.2.1 - Définir et mettre en place le marketing mix (politique produit, prix, distribution, communication) en tenant compte des éléments du marché et en identifiant les leviers d'acquisition de la cible, dans le respect de la stratégie marketing de l'entreprise.

C.2.2 - Assurer le suivi de l'activité (suivi des indicateurs, analyse des résultats et rédaction de rapports de synthèse) en émettant des préconisations d'actions correctives.

Activité 3 - Réaliser et suivre le plan d'action commercial en respectant la politique commerciale de l'entreprise.

C.3.1 - Définir les objectifs quantitatifs et qualitatifs en tenant compte des indicateurs du marché et de la stratégie commerciale de l'entreprise.

C.3.2 - Définir les actions à mettre en œuvre et les ressources allouées (humaines, financières) en fonction des étapes du parcours client (détection-captation, qualification, conversion et fidélisation) et en tenant compte du mode de distribution.

C.3.3 - Mettre en place les actions correctives en analysant les indicateurs de performance tout en assurant un suivi d'activité régulier auprès de la direction.

RNCP35256BC04 Manager les collaborateurs individuellement et en équipe – 161 heures**Activité 1 - Réussir à impliquer, motiver et fédérer la ou les équipe(s).**

C.1.1 - Se positionner comme manager en identifiant les valeurs de l'entreprise à partager et en étant impliqué dans l'action.

C.1.2 - Identifier son style de management et l'adapter en fonction des situations rencontrées.

C.1.3 - Stimuler l'esprit d'équipe et la confiance des collaborateurs en s'appuyant sur différents leviers (la rémunération, l'adhésion à la mission et aux objectifs, le contexte de travail et l'autonomie).

C.1.4 - Manager une ou des équipe(s) à distance en définissant les règles et conditions du télétravail, en mettant en place les outils collaboratifs tout en accompagnant les collaborateurs.

Activité 2 - Définir et déployer une stratégie de gestion des compétences au sein de l'activité.

C.2.1 - Identifier et évaluer les besoins en recrutement et compétences de son activité en prenant en compte les perspectives de développement de l'activité et de la mobilité interne ou externe des membres de l'équipe.

C.2.2 - Mettre en place une procédure idoine pour sélectionner son ou ses futurs collaborateur(s).

C.2.3 - Intégrer un nouveau collaborateur en mettant en place un parcours d'intégration.

C.2.4 - Définir les modalités d'actualisation et de développement des compétences individuelles et collectives de la ou des équipe(s).

Activité.3 - Prévenir et résoudre des conflits au sein de l'activité

C.3.1 - Gérer et résoudre les conflits individuels, collectifs ou organisationnels en identifiant ses causes réelles et en déployant les techniques de gestion des conflits.

C.3.2 - Développer et mettre en œuvre son plan d'action de progrès par rapport aux situations conflictuelles rencontrées.

☆☆☆ Modalités d'évaluation :

Contrôle continu et partiels

Dossiers professionnels

Soutenance d'un mémoire face à un jury de professionnels et chefs d'entreprise

La 3^{ème} année de Bachelor Tourisme conduit au titre de l'IFAG « Responsable opérationnel d'activité », Code/s NSF 310m, certification professionnelle de niveau 6 enregistrée au RNCP sous le numéro 35256, par Décision d'enregistrement de France Compétences.

Validation des blocs de compétences :

En cas d'échec à la certification globale, le candidat peut obtenir la validation partielle de certaines Unités d'Enseignement, acquises pour une durée de 5 années

↪ Suites de parcours et débouchés :Suites de parcours :

Les titulaires du Bachelor Tourisme peuvent poursuivre en MBA Spécialisé Tourism & Hospitality Management - Niveau 7 (Bac+5)

Equivalences/Passerelles :

Aucune

Emplois visés :

- Commercial groupes en tour opérateur

- Chargé événementiel en centre de congrès / Chargé de colloques et manifestations en hôtellerie

- Chargé de mission en office du tourisme
- Chef de produits touristiques / Coordinateur de séjours touristiques
- Adjoint de direction Restauration / Adjoint de direction en résidence hôtelière
- Chargé de réservation / Responsable clientèle en réceptif
- Responsable point de vente voyages



Les points forts de la formation :

Un partenaire « Tourism Only » avec 25 ans d'expérience : l'IEFT

Un cursus d'excellence Bac+3 sur un 1 an, s'inscrivant dans une logique de complémentarité aux formations Bac+2/3 déjà existantes : centration sur l'organisation de voyages, le tourisme d'affaires ou de loisir, l'hébergement non hôtelier, l'ingénierie et la promotion de l'offre touristique territoriale

Une focalisation sur les enjeux de développement de l'offre touristique territoriale (tourisme de séjour, montée en gamme, renforcement de la différenciation par rapport aux voisins caribéens, valorisation patrimoine naturel et culturel...)



Chiffres clés :

Taux d'obtention de la certification : aucun (session en cours) Taux de poursuite d'études : aucun (pas de sortants en 2021)

Taux d'interruption en cours de formation : aucun

Taux d'insertion professionnelle : aucun (pas de sortants en 2021)

Taux de satisfaction : aucun