

# LICENCE PROFESSIONNELLE

## Mention : Métiers du tourisme et des loisirs

### Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

| REFERENTIEL D'ACTIVITES   | REFERENTIEL DE COMPETENCES  | REFERENTIEL D'EVALUATION   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion de structure touristique ou de loisirs</li> <li>- Gestion d'un projet à vocation touristique</li> <li>- Conception et gestion d'un projet ou d'une organisation à vocation touristique</li> <li>- Promotion et commercialisation d'offre touristique ou de loisirs</li> <li>- Gestion de l'accueil, de la relation et de la satisfaction Client</li> <li>- Conseil en ingénierie de développement touristique</li> <li>- Conception de produits touristiques et de loisirs</li> <li>- Assistance au management de structures touristiques</li> <li>- Vente et Fabrication de Voyage : Chef de produit</li> </ul> | <p><i>Compétences transversales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe</li> <li>- Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet</li> <li>- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation</li> <li>- Développer une argumentation avec esprit critique</li> <li>- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française</li> <li>- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non ambiguë, dans au moins une langue étrangère</li> <li>- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder</li> <li>- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte</li> <li>- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs</li> <li>- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives</li> <li>- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet</li> <li>- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique</li> <li>- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale</li> <li>- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles</li> </ul> | <p>Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés. Chaque ensemble d'enseignements à une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de licence, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 180 crédits ECTS.</p> |

|   |   |  |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- participation à une stratégie touristique durable et inclusive</li> <li>- Participation à l'organisation d'événements de promotion</li> <li>- Mise en œuvre d'une veille marketing et technique adaptée</li> </ul> | <p><i>Compétences spécifiques de la mention</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser les besoins et les tendances des marchés touristiques cibles.</li> <li>- Concevoir et planifier des projets et /ou des produits adaptés aux besoins des marchés.</li> <li>- Concevoir et gérer des expériences clients adaptées</li> <li>- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de marketing adaptées à la promotion du produit ou du projet touristique</li> <li>- Identifier les réseaux de distributions et les canaux de ventes pour commercialiser et/ou développer les produits et les projets touristiques.</li> <li>- Gérer la communication externe pour promouvoir le produit ou le projet touristique.</li> <li>- Identifier et mettre en œuvre de bonnes pratiques en matière d'éco-tourisme.</li> <li>- Identifier les exigences légales et les normes de sécurité applicables à chaque activité, ainsi que les responsabilités juridiques des opérateurs touristiques.</li> <li>- Réaliser une veille des lois, des règlements, des codes de conduite et des normes industrielles spécifiques applicables à différentes activités touristiques et de loisirs, telles que l'hébergement, les transports, les activités récréatives, etc</li> <li>- Former le personnel et sensibiliser les clients aux mesures de sécurité et aux bonnes pratiques à adopter pour minimiser les risques et assurer leur sécurité</li> <li>- Identifier les exigences légales et les normes de sécurité applicables à chaque activité, ainsi que les responsabilités juridiques des opérateurs touristiques</li> <li>- Identifier et mettre en œuvre de bonnes pratiques en matière d'éco-tourisme</li> </ul> | <p>Chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction de la voie d'accès à la certification.</p> |
|---|---|--|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Identifier les caractéristiques de l'environnement dans lequel évolue la structure ou l'espace touristique.</li><li>- Évaluer la concurrence et identifier les partenaires potentiels dans l'environnement touristique.</li><li>- Évaluer les forces et faiblesses de la structure ou de l'espace touristique par rapports à ses concurrents.</li><li>- Identifier les objectifs stratégiques de la structure ou de l'espace touristique.</li><li>- Adapter son action en fonction des normes qualités, des exigences opérationnelles spécifiques à l'environnement de la structure ou de l'espace touristique.</li><li>- Contribuer à l'amélioration continue du projet touristique</li><li>- Évaluer les risques associés à chaque activité, en tenant compte des facteurs tels que l'environnement, l'équipement, les compétences des participants et les conditions météorologiques.</li><li>- Évaluer les risques associés à chaque activité, en tenant compte des facteurs tels que l'environnement, l'équipement, les compétences des participants et les conditions météorologiques</li><li>- Réaliser une analyse approfondie du marché pour comprendre les tendances, les besoins et les comportements des consommateurs.</li><li>- Élaborer des stratégies marketing adaptées aux objectifs de l'entreprise et aux besoins du marché.</li><li>- Choisir les canaux de communication les plus appropriés en fonction du public cible, des objectifs de communication et du budget disponible.</li><li>- Se tenir informé des dernières tendances et évolutions dans le domaine du marketing, en particulier en ce qui concerne les nouvelles technologies, les</li></ul> |  |
|--|--|--|

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>plateformes numériques et les changements dans les comportements des consommateurs.</p> <p>- Gérer la relation client (Customer Relationship Management/CRM).</p> <p><i>Dans certains établissements, d'autres compétences spécifiques peuvent permettre de décliner, préciser ou compléter celles proposées dans le cadre de la mention au niveau national. Pour en savoir plus se reporter au site de l'établissement</i></p> |  |
|--|--|--|