

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 10128**

Intitulé

MASTER : MASTER Droit, Economie, Gestion, mention Management et Commerce International, spécialité: Management de projet touristique et E-tourisme

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Président de l'université d'Avignon, Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

120g Sciences économiques et sociales appliquées à l'aménagement et au développement, à l'administration territoriale, au commerce, aux relations sociales et aux ressources humaines, aux finances, 312 Commerce, vente, 136g Langues étrangères appliquées au tourisme, au commerce international, aux affaires, à la documentation ; Interprétariat et traduction

Formacode(s) :

42654 tourisme, 42623 animation tourisme, 13168 économie tourisme

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les métiers liés au tourisme : Postes de responsabilité en agence, T.O. ou opérateur territorial (Pays d'accueil, Communauté de commune, Parcs, Régions, Administrations, ONG, OIG...) en matière de projet, de gestion et de communication (clientèle, produit, destination; stratégie, innovation; marketing et e-marketing, e-reputation, community-management, m-tourisme...).

Dans le respect de la réglementation, ce professionnel maîtrise :

- Le travail sur projet, c'est-à-dire la création de produit, la démarche qualité, en prenant en compte la complexité (juridique, technique, commerciale, sociale, territoriale... et les jeux d'acteurs)

-Maîtrise des langues étrangères (Anglais + Italien ou Allemand ouEspagnol) : capacité à tenir une conversation au plus haut niveau professionnel (import/export; marketing B to B; négociation), à rédiger tout document nécessaire à l'entreprise ou à l'institution, et à prendre en charge sa e-communication(site, réseau...).

-Connaître et maîtriser les outils et concepts d'analyse des marchés, concevoir et implémenter des stratégies de marketing international en contexte inter-entreprises. Maîtriser les concepts et les données de la géopolitique et de l'économie mondiale, afin de pouvoir replacer les actions commerciales dans un contexte politique et économique international; être capable d'évaluer la prise de risque.

-Maîtriser les outils interculturels de gestion des ressources humaines, distribution, logistique, contrôle de gestion, planification stratégique, et être capable de définir les politiques afférentes;

-Etre capable d'effectuer des diagnostics stratégiques aux plans: fonction, entreprise ou groupe, destination, et de concevoir les stratégies pertinentes sur la base notamment des dispositifs de veille économique et/ou territoriale.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Ce professionnel travaille dans les secteurs du tourisme institutionnel, associatif, privé et para public.

Il peut accéder aux emplois suivants :

- cadre en responsabilité du secteur touristique et des loisirs en entreprises (TO, agences...) et dans les associations (ONG, OIG,ESS...)
- chargé de mission auprès de PNR, communautés de communes, Pays...
- cadre de la Fonction Publique Territoriale

Codes des fiches ROME les plus proches :

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Cette spécialité du master MCI est organisée en deux ans et quatre semestres. Pour chaque année le premier semestre est constitué par des enseignements en présentiel à l'Université et le second semestre par un stage de 4 mois minimum à l'étranger ou dans une entreprise française travaillant en lien avec une clientèle internationale. Chaque stage donne lieu à la rédaction d'un Mémoire de stage à contenu analytique.

Le diplôme s'obtient par l'obtention de 120 crédits, dont 30 pour chacune des deux Unités d'Enseignement "stage". Le passage de la première à la deuxième année suppose l'obtention des 60 crédits de cette première année sans compensation entre les Unités d'Enseignement.

Le bénéfice des composantes acquises peut être gardé sans limitation de durée.

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat d'apprentissage	X	NON
Après un parcours de formation continue	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat de professionnalisation	X	NON
Par candidature individuelle	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
Par expérience dispositif VAE	X	Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP Jury de validation des acquis de l'expérience: enseignants chercheurs et professionnels.

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Arrêté du 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002- NOR: MENS0200982A

Arrêté d'habilitation du 10 juillet 2013 relatif aux habilitations de l'Université d'Avignon à délivrer des diplômes nationaux

N° d'habilitation de l'actuel Master Management et Commerce International: 20080611 (secteur SISE 39 Sciences de gestion).

Arrêté du 04 novembre 2014 accréditant l'Université d'Avignon en vue de la délivrance des diplômes nationaux

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté d'habilitation du 10 juillet 2013 relatif aux habilitations de l'Université d'Avignon à délivrer des diplômes nationaux

N° d'habilitation de l'actuel Master Management et Commerce International: 20080611 (secteur SISE 39 Sciences de gestion).

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Article 78 de la loi n°2016-1088 du 08 août 2016 et articles L613-3 et L613-4 du code de l'Education.

Décret n°2002-590 du 24 avril 2002 pris pour l'application du premier alinéa de l'article L. 613-3 et de l'article L.

613-4 du code de l'éducation et relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements

d'enseignement supérieur

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Les statistiques portent sur l'ensemble de la mention Management et Commerce International.

Effectifs en M1 en 2013/2014: 63

2014/2015: 71

2015/2016: 59

Effectifs en M2 2013/2014: 59

2014/2015: 59

2015/2016: 46

Recrutements extérieurs en M1 en 2013/2014: 45

2014/2015: 59

et 2015/2016 : 41

Dossiers de candidatures en M2 (reçus) en 2013/2014: 144

2014/2015: 131

2015/2016: 113

Etudiants étrangers en 2013/2014: 23

2014/2015: 35

2015/2016: 34

Autres sources d'information :

<http://www.univ-avignon.fr>

Lieu(x) de certification :

Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse : Provence-Alpes-Côte d'Azur - Vaucluse (84) [Avignon]

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

74, rue Louis Pasteur

84029 Avignon Cedex 1

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

AVIGNON - Campus Hannah Arendt

Historique de la certification :

Le Master Management et Commerce International a été créé en 2004/2005 à l'occasion de la mise en place à Avignon de la structure LMD. Il se substituait alors à la Maîtrise Langues Etrangères Appliquées (pour le Master 1) et à trois DESS de l'Université (Echanges avec les Pays du Sud Hispanophones et Anglophones, Négociation Commerciale Internationale, Tourisme). La spécialité Négociation Commerciale Internationale se situe dans la lignée du DESS correspondant, avec néanmoins de nombreuses transformations.

Par rapport à ce Master Initial, les modifications intégrées dans le présent Master sont de cinq ordres:

- renforcement des enseignements de spécialités
- renforcement des enseignements concernant les TIC (e-tourisme, m-tourisme)
- renforcement du poids des stages (obligatoirement à l'étranger ou dans une entreprise travaillant à l'international), avec l'instauration d'un stage de 4 mois à 6 mois en M1 (comme en M2) constituant tout le second semestre au lieu d'un stage de 8 semaines intégré au second semestre.
- fixation d'une capacité d'accueil maximum de 30 étudiants par spécialité et par an, en M1 comme en M2
- Instauration d'une progressivité des missions des stagiaires entre le M1 (stage d'insertion) et le M2 (stage sur projet).