



BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

Tourisme

Septembre 2012

SOMMAIRE

Annexe I : RÉFÉRENTIEL DU DIPLÔME	3
Référentiel des activités professionnelles	4
Référentiel de certification	22
Compétences	23
Savoirs associés	32
Tableau croisé compétences visées du diplôme et savoirs associés	75
Annexe II : MODALITÉS D'ACQUISITION DE LA PROFESSIONNALITÉ	80
Stage en milieu professionnel, étude personnalisée encadrée, livret de professionnalisation, atelier de professionnalisation	
Annexe III : GRILLE HORAIRE	88
Annexe IV : REGLEMENT D'EXAMEN	90
Annexe V : DEFINITION DES EPREUVES	92
Annexe VI : TABLEAUX DE CORRESPONDANCES	109

ANNEXE I

REFERENTIEL DU DIPLOME

RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

1. PRÉSENTATION DU DIPLÔME

Le diplôme s'appelle **BTS « TOURISME »**, en référence au vaste secteur d'activités dans lequel le titulaire du diplôme pourra exercer une compétence centrée sur la relation avec les touristes individuels ou collectifs d'une part et avec les offreurs de prestations touristiques d'autre part.

Ce diplôme se substitue à la fois au BTS « Animation et gestion touristiques locales » et au BTS « Ventes et productions touristiques » (créés en 2001) car l'évolution juridique, technologique et économique au cours de la première décennie des années 2000 a entraîné un rapprochement significatif sur les missions demandées et les technologies employées par les titulaires de ces diplômes respectifs.

Cependant, au-delà d'un large tronc commun, il est prévu une spécialisation à deux niveaux :

- dans la partie « gestion de l'information touristique », il est prévu une spécialisation fonctionnelle permettant d'approfondir soit la dimension multimédia, soit la dimension touristique ;
- d'autre part, dans le cadre du parcours de professionnalisation, le futur diplômé du BTS Tourisme pourra, au travers de sa pratique professionnelle, en particulier pendant les périodes de stage, mais aussi par la réalisation d'une étude personnalisée, développer et valoriser des compétences spécifiques liées à une orientation fonctionnelle ou sectorielle particulière. Par exemple, le tourisme d'affaires, l'écotourisme, le tourisme de croisières, le thermalisme, le tourisme social, le tourisme balnéaire...

Par ailleurs, on peut noter qu'une spécialisation sectorielle ou fonctionnelle peut être poursuivie au travers d'études post-BTS, en particulier en licence professionnelle du secteur tourisme.

2. CHAMP D'ACTIVITÉ

Les métiers visés sont très diversifiés et aux statuts hétérogènes. Ceux qui les exercent sont généralement des salariés mais peuvent aussi être des indépendants. Ils peuvent, dans certains cas, être des travailleurs en " multi-activité " c'est-à-dire en relation avec plusieurs employeurs. Ils exercent, en fonction de leur expérience et des opportunités, à différents niveaux de responsabilité.

Le titulaire du BTS Tourisme est un professionnel pouvant :

- informer et conseiller les clients français et étrangers sur des prestations relevant du domaine du tourisme ;
- finaliser la vente de ces prestations touristiques et assurer le suivi commercial ;
- créer et promouvoir des produits touristiques ;
- accueillir et accompagner des touristes ;
- collecter, traiter et diffuser l'information en lien avec le secteur du tourisme.

.

1.1 Les organisations concernées

Les employeurs potentiels peuvent être classés en quatre groupes :

- les **entreprises de tourisme** telles que les agences de voyages (réceptives et distributrices), les tours opérateurs, les plateaux d'affaires, les centrales de réservation, les structures de tourisme associatif, les bureaux d'escale de croisiéristes ; on peut ajouter dans cette catégorie, pour une partie significative de leurs activités, les parcs d'attraction et sites de loisirs, les loueurs de véhicules de tourisme ou de loisirs, les entreprises spécialisées dans la vente de coffrets cadeaux (tourisme ou loisirs) ;
- les **organismes de tourisme territoriaux liés à des institutions locales, régionales, voire nationales ou internationales** telles que les offices de tourisme, les comités départementaux et régionaux du tourisme, les parcs naturels, les sociétés d'économie mixte dans le secteur du tourisme, les associations de développement patrimonial ou touristique (écomusées, routes touristiques,...) ;
- les **entreprises de transport de personnes** pour une partie de leur activité, telles que les autocaristes ; les compagnies aériennes et les gestionnaires des aéroports ; les transporteurs maritimes et fluviaux, les croisiéristes, les gestionnaires de ports de croisière ou de plaisance ; les gestionnaires de télécabines ; les transporteurs ferroviaires ;
- les **entreprises d'hébergement** pour une partie de leur activité, telles que les clubs et villages vacances, l'hôtellerie de plein air, les résidences de tourisme social, les chaînes hôtelières (partie activités touristiques), les centres de congrès et d'affaires.

1.2 Les emplois repérés

1.2.1. Les emplois liés à l'offre de destinations

Les agences de voyages sont généralement classées en trois catégories : distributrices, réceptives et agences de production (tour opérateurs).

Les métiers de la distribution connaissent des évolutions importantes en lien avec les transformations des modes de vente de séjours touristiques et de la billetterie.

La classification proposée infra a été élaborée essentiellement à partir de la nouvelle convention collective des agences de voyages et de tourisme. Chaque emploi-type fait l'objet d'une définition synthétique puis d'une classification selon le degré de responsabilité, d'autonomie et de technicité qu'il requiert.

- **Deux emplois de primo-insertion : « conseiller voyages » et « forfaitiste »**

Le **conseiller voyages** est considéré comme le premier emploi d'entrée dans la profession. Il n'est pas lié directement au niveau III de formation. Il assure les opérations de conseil, de vente, de réservation des services et produits afférant au voyage. Il saisit et concrétise les demandes sur logiciel spécifique et peut assurer les opérations administratives et comptables courantes.

Le **forfaitiste** constitue un second emploi d'entrée. Il confectionne des voyages à forfait, établit le devis du voyage et rédige le programme et les met en œuvre à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Il peut en outre concevoir et mettre au point des

circuits et séjours simples destinés à être vendus sur catalogue ou répondant à des demandes spécifiques.

- **Le titulaire du BTS Tourisme peut exercer les métiers suivants :**

Le **conseiller voyages expérimenté** (qualifié de nouveau métier au regard de l'ancienne convention collective) assure les opérations complexes de vente, de conseil, de réservation, d'émission des services et produits afférents au voyage. Il saisit et concrétise les demandes sur logiciel spécifique. Il peut, en outre, assurer seul la responsabilité du bon fonctionnement d'un implant, d'une antenne ou d'un point de vente d'un réseau.

Le **forfaitiste expérimenté** confectionne des voyages à forfait complexes, établit le devis du voyage et rédige le programme. Il les met en œuvre à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. En outre, il conçoit les circuits et séjours complexes destinés à être vendus sur catalogue ou répondant à des demandes spécifiques. Il conseille sur les produits, prépare et suit leur exploitation commerciale. Il est associé à leur développement.

Le **conseiller billetterie** assure les opérations de vente, de conseil, de réservation, d'émission de billets, des services et produits afférents au voyage, en particulier sur les plateaux d'affaires. Il réalise les opérations techniques entraînées par ces activités à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Ses connaissances professionnelles, managériales, techniques, administratives et comptables lui permettent d'assurer et de participer à l'ensemble des tâches réalisées.

L'**agent réceptif** assiste ou confectionne des programmes, établit les devis, met en œuvre les programmes à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Il conçoit et met au point des circuits et séjours destinés à être vendus sur catalogue ou répondant à des demandes spécifiques.

L'**agent d'escale** procède à l'enregistrement, l'embarquement et le débarquement des passagers, aide à la gestion des bagages, oriente et informe les passagers. Il participe à la mise en place et à la coordination des activités touristiques d'escale.

Le **guide accompagnateur** s'assure du bon déroulement du voyage en étant l'interface entre le tour opérateur et le client. Il accompagne le groupe de clients lors de ses déplacements (y compris les groupes composés de personnes à besoins spécifiques), organise les visites, trouve des réponses aux questions matérielles liées au voyages, gère les formalités nécessaires au voyage (entrée, débarquement, embarquement, enregistrement,...) et assure une assistance technique.

L'**agent d'exploitation (ou de planning)** organise et prépare le planning des agents d'accueil, accompagnateurs, guides, chauffeurs. Il participe à la coordination des moyens de transport en fonction des besoins.

Le **délégué réceptif (ou correspondant local)** suit le bon déroulement des circuits à destination. Il prend en charge les clients à destination et assure le suivi des prestations.

Le **gestionnaire des allotements terrestres** gère les allotements terrestres (bus, trains, voitures, hôtels, voire bateaux...) en réalisant les réservations, modifications ou annulations en harmonisation avec les stocks aériens.

Le **gestionnaire aérien** gère les allotements aériens en réalisant les réservations aériennes, modifications ou annulations, en harmonisation avec les stocks terrestres. Il peut calculer, en temps réel, les meilleurs prix pour optimiser le profit généré par la vente de billets d'avion.

Le **chargé de marketing** (communication/promotion/édition) contribue à la définition des activités de marketing de l'entreprise et assure leur mise en œuvre. Un découpage peut s'opérer en fonction de la spécialisation de l'employé :

- le chargé de communication met en œuvre la communication de l'entreprise,
- le chargé de promotion a en charge l'élaboration, la logistique et la mise à disposition du public et des professionnels des informations et documents publicitaires ou de promotion,
- le chargé d'édition assure le travail éditorial nécessaire à l'élaboration des brochures et catalogues,
- le chargé de marketing assure la mise en œuvre des actions dans le cadre de la stratégie marketing de l'entreprise.

Le **commercial** est chargé de visiter une clientèle potentielle et/ou de gérer et développer une clientèle existante en vue de promouvoir et diffuser les produits et services vendus par l'entreprise. Il négocie directement avec la clientèle selon les grandes orientations de la direction.

Le **chargé de qualité/SAV** assure le suivi des incidents clients. Dans ce cadre, il définit, organise et met en œuvre les différentes procédures garantissant la qualité. Il suit le contrôle des produits et prestations et procède à l'analyse statistique des questionnaires après-vente. Il instruit les réclamations et procède à une enquête. Il traite les litiges et suit les dossiers délicats. Il rédige les réponses aux clients et communique en interne les dysfonctionnements sur la base des synthèses qu'il rédige.

A noter une évolution récente dans les offices de tourisme et organismes assimilés avec l'apparition des **conseillers en séjours** dont la fonction est proche de celles des conseillers voyages dans les agences : au-delà de la mission de conseil et d'information auprès des visiteurs, ils deviennent des distributeurs de prestations touristiques diverses proposées sur leur zone géographique territoriale, en essayant de répondre de manière personnalisée à la demande.

- **Les emplois types dans une perspective d'évolution de carrière**

Après une expérience professionnelle réussie dans un ou plusieurs emplois décrits précédemment, les titulaires du BTS peuvent envisager de devenir : responsable d'équipe, responsable d'office, responsable d'agence(s), responsable de plateau ou chef de produit. Au-delà de l'expertise technique en lien avec le domaine d'activité, ces emplois exigent des compétences managériales, administratives et comptables afin d'assurer la direction et la gestion courante des unités qui leur sont confiées.

Le gestionnaire d'allotements peut évoluer vers des fonctions de « yield manager ».

1.2.2. Les emplois liés à la conception de l'offre par les organismes de tourisme liés à un territoire

- **Le titulaire du BTS Tourisme peut exercer les métiers suivants :**

L'**animateur de tourisme local** organise l'offre touristique d'un territoire. Il conçoit, organise et anime des opérations événementielles ou des manifestations touristiques. Cet emploi s'exerce dans une collectivité territoriale ou un organisme institutionnel (office de tourisme, services loisirs accueil, comité départemental du tourisme ou comité régional du tourisme, collectivités territoriales, associations...).

Le **chargé de promotion du tourisme local** élabore ou participe à l'élaboration de projets de valorisation du patrimoine local (aménagement d'infrastructures de loisirs, mise en

valeur de site, de pistes ou circuits...). Son activité varie en fonction du type d'aménagement (station balnéaire, station de montagne, station verte, site industriel historique ...).

L'**agent de développement touristique** prépare les éléments de prise de décision et de définition des programmes stratégiques d'actions touristiques liés à un territoire. Il en assure le suivi et agit en qualité de spécialiste de l'économie touristique sous l'autorité d'un comité de pilotage constitué d'élus, de professionnels du tourisme et des décideurs institutionnels. C'est un poste d'analyse et d'observation, interface entre les élus, partenaires associatifs et professionnels.

Le **médiateur culturel** est chargé de diffuser la « culture » auprès d'un large public à travers des animations adaptées dans les musées, les sites touristiques (abbayes, grottes, parcs et jardins) et dans les écomusées, châteaux. Ses fonctions sont animer, vulgariser, stimuler l'imaginaire, développer les capacités artistiques. Il travaille avec des plasticiens, des conservateurs de musée ou de monuments historiques, des animateurs du patrimoine.

- **Les emplois types dans une perspective d'évolution de carrière**

Le **directeur/responsable d'accueil** gère l'espace d'accueil et contribue à la valorisation du potentiel touristique local. Il remplit une fonction d'assistance pour les animations estivales. Le recours aux TIC est essentiel dans l'exécution des tâches.

Le **directeur d'office de tourisme (petite structure)** anime, sous l'autorité du président, les relations avec divers partenaires. Il collecte les informations touristiques utiles à la promotion du territoire. Il gère le bureau d'accueil et les communications avec l'extérieur.

1.2.3. Les emplois liés à l'hébergement, aux déplacements touristiques et à l'accueil sur des sites de loisirs

- **En primo-insertion, le titulaire du BTS Tourisme peut exercer les métiers suivants :**

Le **technicien d'accueil touristique** accueille et renseigne le public. Il gère éventuellement les conditions de séjour de la clientèle d'un club de vacances, d'un hôtel club. Il peut avoir également des missions d'animation et de commercialisation de prestations. Les contrats sont principalement saisonniers, par rotation avec plusieurs employeurs (offices de tourisme, clubs de vacances, hôtellerie de plein-air, bateaux de croisières).

L'**employé de loisirs ou d'attraction** peut avoir une spécificité selon sa qualification. Il accueille, informe et oriente les visiteurs. Il peut piloter une attraction ou vendre les produits.

L'**animateur** exerce dans l'hôtellerie de plein air (camping), offices du tourisme, résidences de tourisme, sociétés de services, villages de vacances, voyagistes (tour opérateur), croisiériste et pour les agences de tourisme, les voyagistes, les autocaristes.

Il met en place et anime des activités culturelles, techniques ou ludiques selon les besoins du public et la spécificité de la structure (centres de vacances, centres de loisirs). Il peut animer un espace multimédia et diriger l'activité d'une équipe. Il crée et coordonne les diverses activités d'un village-vacances, d'un club, d'une résidence de tourisme, d'un camping ainsi que des lieux touristiques équipés d'infrastructures sportives. Il exerce en France ou à l'étranger.

Dans certains cas, il anime des activités dans un domaine spécifique (arts plastiques, découverte de l'environnement/nature, découverte du patrimoine, écriture, expression

corporelle, image et son, ...) en fonction des qualifications sportives ou culturelles qu'il détient par ailleurs.

- **Le titulaire du BTS Tourisme peut exercer les métiers suivants :**

L'**agent de vente et de réservation** commercialise les séjours, les services tels que la location de véhicules. Il diffuse la gamme des produits et exécute ses tâches à distance en communiquant en français ou en langue étrangère. Une bonne maîtrise des technologies de l'information et de la communication est nécessaire pour saisir les réservations, pour relancer les options et réservations des clients.

Le **gestionnaire d'équipement ou de site** (de loisirs ou de sport) est en contact avec le public, les fournisseurs, les animateurs, les associations et les administrations. Sa fonction varie selon la nature et la taille du site ou de l'équipement.

Le **responsable animation et/ou d'accueil** est en charge de l'accueil des clients et de la gestion, facturation et encaissement des prestations, ainsi que de la vente des produits annexes. Il travaille en collaboration avec le responsable de parc et coordonne une équipe d'opérateurs (accueil, animation). Il conçoit et commercialise les produits touristiques et conduit les animations tous publics.

- **Les emplois types dans une perspective d'évolution de carrière**

Le **directeur** (de centre, de camping...) ou le **responsable de site** organise l'activité et gère l'exploitation de structures de loisirs ou d'hébergement touristique dans ses dimensions techniques, commerciales, humaines et financières. Il définit les règles de fonctionnement, assure la gestion et la commercialisation des services de son établissement. Il gère et contrôle les approvisionnements et les stocks de produits d'entretien et de denrées alimentaires. Il fixe les prix des prestations. Il recrute, forme et encadre le personnel. Il effectue la gestion comptable et administrative de la structure et conçoit des actions de communication sur les activités de la structure.

Pour résumer la situation, on peut établir une matrice croisant les emplois repérés et les organisations d'accueil : voir annexe A.

1.3. Conditions générales d'exercice

Elles varient en fonction des structures, des missions confiées au titulaire du BTS Tourisme et des statuts de l'organisation qui l'emploie.

Le technicien supérieur peut être 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.

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. Il doit être particulièrement attentif à l'application des principes et dispositifs liés au développement durable.

Le technicien supérieur utilise en permanence ses compétences en communication que ce soit dans le contact avec les clients, le montage des projets ou 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 de façon récurrente dans le cadre de son activité.

LES EMPLOIS ET LES EMPLOYEURS

	Entreprises de tourisme										Entreprises de transport de personnes					Institutionnels						Hébergements				
	Ag. de voyages réceptives	Ag. de voyages distributrices	Tours opérateurs / Voyageurs	Plateaux d'affaires	Tourisme associatif et CE	Ag. tourisme d'affaires et événementiel	Bureaux d'escales de croisiéristes	Parcs d'attraction et sites de loisirs	Sites culturels : musées, châteaux, jardins	Entreprises de coffrets cadeaux	Loueurs de véhicules	Centrales de réservation	Autocaristes	Transporteurs aériens	Transporteurs ferroviaires	Transporteurs maritime et fluvial	Croisiéristes	CDT, ADT et CRT	Offices de tourisme, SLA	Collectivités territoriales, pays	Parcs Naturels Régionaux, Nationaux	Associations culturelles et touristiques	SEM dans le domaine du tourisme	Club de vacances, villages de vacances	Hôtellerie de plein air	Hôtels, centres de congrès et d'affaires
Emplois liés à l'offre de destinations																										
Conseiller en voyages	X	X	X	X	X		X					X	X	X	X	X										
Conseiller expérimenté en voyages	X	X	X	X	X		X					X	X	X	X	X										
Forfaitiste	X	X	X		X	X				X			X						X							
Forfaitiste expérimenté	X		X		X	X				X			X						X							
Agent réceptif	X		X										X						X							
Délégué réceptif	X		X																							
Conseiller en séjour																			X				X			
Conseiller en billetterie				X							X		X	X	X											
Agent d'accueil, agent de réservation, agent d'exploitation et planning	X						X	X			X		X						X				X	X	X	X
Gestionnaire des allotements			X										X	X	X	X	X									
Chargé de marketing			X																X							
Commercial salarié ou indépendant			X							X		X	X	X	X	X								X	X	X
Chargé de service qualité et SAV	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X	X	X	X			X					X	X	X
Guide accompagnateur	X		X										X			X	X				X	X	X			
Agent d'escale							X						X			X	X									
Emplois liés à la conception																										
Animateur du tourisme local																		X	X	X	X	X	X			
Chargé de la promotion du tourisme local																		X	X	X	X	X	X			
Agent de développement																		X	X	X	X	X	X			
Médiateur culturel								X										X	X	X	X	X	X			

Emplois liés à l'hébergement, aux déplacements de touristes et à l'accueil sur des sites de loisirs	
Technicien d'accueil	
Responsable animation et/ou accueil	
Agent de vente et de réservation	
Gestionnaire d'une structure	

Entreprises de tourisme

		Ag. de voyages réceptives	
		Ag. de voyages distributrices	
		Tours opérateurs / Voyageurs	
		Plateaux d'affaires	
		Tourisme associatif et CE	
		Ag. tourisme d'affaires et événementiel	
	X	Bureaux d'escaliers de croisiéristes	
	X	Parcs d'attraction et sites de loisirs	
	X	Sites culturels : musées, châteaux, jardins	
		Entreprises de coffrets cadeaux	
	X	Loueurs de véhicules	
	X	Centrales de réservation	

Entreprises de transport de personnes

		Autocaristes	
X	X	Transporteurs aériens	
X	X	Transporteurs ferroviaires	
X	X	Transporteurs maritime et fluvial	
X	X	Croisiéristes	

Institutionnels

		CDT, ADT et CRT	
		Offices de tourisme, SLA	
		Collectivités territoriales, pays	
		Parcs Naturels Régionaux, Nationaux	
		Associations culturelles et touristiques	
		SEM dans le domaine du tourisme	

Hébergements

		Club de vacances, villages de vacances	
X	X	Hôtellerie de plein air	
X	X	Hôtels, centres de congrès et d'affaires	

LA DESCRIPTION DES ACTIVITÉS PAR GRANDES FONCTIONS

FONCTION 1 – ACCUEIL, VENTE ET SUIVI DE CLIENTÈLE EN LANGUE FRANÇAISE ET EN LANGUES ÉTRANGÈRES

ACTIVITÉS CARACTÉRISTIQUES

Prise de contact avec le client ou le prospect :

- accueil du client ou du prospect sur le lieu ou l'espace de vente
- prise en charge du client ou du prospect en face à face ou à distance (numérique et téléphonique)

Conduite de l'entretien de vente :

- découverte des attentes du client ou du prospect
- proposition d'un produit touristique adapté
- finalisation de l'accord

Suivi de la clientèle :

- mise en œuvre du suivi de la vente

CONTEXTE D'EXERCICE

Contexte informationnel : bases de données clients ; catalogue de l'offre de prestations touristiques ; fichiers fournisseurs-prestataires ; Code du tourisme, réglementation et formalités administratives en vigueur ; principes d'éthique du tourisme ; supports d'aide à la vente

Contexte technologique : systèmes de réservation et de distribution (GDS) ; sites professionnels des voyagistes ; réseau intranet, Internet : brochures en ligne, sites institutionnels, sites collaboratifs, comparateurs d'offres, blogs, forums de voyageurs... ; mobile-tourisme : applications spécifiques au tourisme, cartes d'embarquement, géo-localisation... ; logiciels de bureautique, de gestion et de simulation ; outils de gestion relation clientèle (GRC ou CRM) ; système de gestion de bases de données

Contexte managérial : autonomie variable en fonction de la taille de l'organisation, du degré de délégation et de l'expérience acquise

Contexte relationnel en langue française et langue étrangère : relation clientèle individuelle ou groupe (en face à face et à distance) ; relation avec les prestataires : voyagistes, transporteurs, hébergeurs, assureurs...

Différents lieux de vente (cf tableau de l'annexe A)

Résultats attendus :

- satisfaction de la clientèle : personnalisation de la prestation, pertinence des informations produites par rapport à la demande du client (adéquation de l'offre à la demande), efficacité dans les transactions (réservation, prise de commande, facturation...)
- cohérence par rapport à la politique commerciale et l'engagement qualité de l'organisation
- respect des objectifs commerciaux fixés

FONCTION 2 – ACCUEIL, ANIMATION ET ACCOMPAGNEMENT DES TOURISTES EN LANGUE FRANÇAISE ET EN LANGUES ÉTRANGÈRES

ACTIVITÉS CARACTÉRISTIQUES

Accueil physique et présentation de la prestation touristique :

- organisation de l'espace d'accueil temporaire (offices de tourisme, aéroports, banques et points d'accueil...)
- prise en charge des touristes
- présentation de la prestation d'accompagnement dans son contexte géographique, historique et culturel

Mise en œuvre de la prestation touristique :

- ajustement du programme des activités
- accompagnement du groupe de touristes
- pilotage de l'équipe
- gestion des formalités nécessaires à la bonne exécution de la prestation

Bilan de la prestation touristique :

- évaluation de la prestation
- proposition d'adaptation

CONTEXTE D'EXERCICE

Contexte informationnel : caractéristiques sociologiques du groupe, données et informations sur les contextes culturel, spatial et réglementaire de la prestation

Contexte technologique : médias d'information et de communication (terminaux vidéo, terminaux mobiles, site WEB, ...), matériels fixes ou mobiles de présentation et transmission d'informations et logiciels associés

Contexte managérial :

- forte autonomie dans l'exécution des trois composantes de la fonction
- engagement de responsabilité

- coordination de l'activité d'une équipe

Contexte relationnel en langue française et langue étrangère :

- relations avec les clients pris en groupe ou individuellement
- relations avec les prestataires de services (transporteurs, hébergeurs, restaurateurs, assureurs, organisateurs de manifestations locales, ...)

Résultats attendus :

- respect du programme prévu
- suivi de la réalisation de la prestation
- adaptation aux aléas
- qualité des échanges et continuité de l'assistance
- adaptation des messages et des pratiques aux besoins des visiteurs

FONCTION 3 – ÉLABORATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

ACTIVITÉS CARACTÉRISTIQUES

Création d'un produit touristique :

- analyse de la demande, de l'offre et des potentialités touristiques en relation avec le produit
- réalisation ou exploitation d'un diagnostic des potentialités touristiques d'un territoire
- montage du produit
- détermination du prix du produit

Promotion du produit touristique :

- préparation de la promotion dans le cadre d'un cahier des charges
- mise en place de la promotion

CONTEXTE D'EXERCICE

Contexte informationnel : caractéristiques culturelles, patrimoniales et géographiques de la destination concernée, spécificités des cibles visées, catalogue des prestataires potentiels, Code du tourisme, données quantitatives et qualitatives sur l'offre concurrentielle

Contexte technologique : réseau Internet, banques de données spécifiques, outils de cartographie numérique, outils bureautiques et logiciels professionnels dédiés

Contexte managérial : production sous la responsabilité du chef de service ou de produit ; autonomie dans la valorisation de la prestation ; respect de l'éthique et de la déontologie de la profession ; prise en compte de la démarche de développement durable ; travail en équipe

Contexte relationnel :

- relations avec les différents prestataires (transporteurs, hébergeurs, restauration, prestataires de services, musées, ...)
- relations avec les acteurs locaux ou nationaux du tourisme (associations, collectivités territoriales et autres institutionnels,...)
- relations au sein d'une équipe

Résultats attendus :

- adéquation aux attentes du client ou du commanditaire
- respect des contraintes (notamment budgétaires et réglementaires)
- cohérence de l'organisation
- qualité du produit et de ses composantes

FONCTION 4 – VEILLE, TRAITEMENT ET PARTAGE DE L'INFORMATION TOURISTIQUE

ACTIVITÉS CARACTÉRISTIQUES

Recherche et collecte de l'information touristique :

- identification des domaines de veille
- mobilisation des moyens de recherche d'informations pour répondre aux besoins de l'organisation
- mobilisation des moyens de recherche d'informations pour répondre aux besoins du client

Traitement de l'information touristique :

- analyse des données recueillies
- fidélisation de la clientèle
- classement et archivage des données
- contribution à la réalisation d'un plan média
- diffusion de l'information touristique

Participation à l'évolution du système d'information touristique :

- actualisation des bases documentaires
- contribution à la sécurisation du système d'information touristique

CONTEXTE D'EXERCICE

Contexte informationnel :

- données et informations réglementaires sur l'environnement
- données et informations sur les prestataires
- fichiers ou bases de données commerciales (fiches produits, dossier destinations,...)
- informations disponibles par les réseaux sociaux
- revues et sites professionnels
- études d'organismes extérieurs (banque de données, organismes d'études commerciales ...)

Contexte technologique :

- équipement multimédia en réseau internet et intranet (imprimantes, scanners, appareils photo numérique, outils nomades)
- équipements spécifiques dédiés à l'usage des GDS
- logiciels : suite bureautique, système de gestion bases de données (SGBD), PAO, PREAO.
- outils professionnels : GRC (CRM), logiciel création-mise à jour site internet et intranet
- outils de communication : logiciel de messagerie, navigateur, outils de travail collaboratif

Contexte managérial :

- l'autonomie est grande dans la recherche et la collecte de l'information
- l'autonomie pour le traitement et la diffusion s'exerce dans le respect du degré de délégation accordé par le supérieur hiérarchique
- l'autonomie s'exerce dans le respect des règles et des procédures fixées par le gestionnaire du système d'information s'il existe
- l'autonomie s'exerce dans le respect des règles d'éthique et des valeurs de l'entreprise

Contexte relationnel :

- relations avec le (ou les) manager(s),
- relations avec les membres de son équipe ou de son service,
- relations avec les autres services de la structure
- relations avec les prestataires de services
- relations avec les acteurs institutionnels

Résultats attendus :

- qualité de la mise en forme des informations en fonction des destinataires
- pertinence de l'information collectée
- pertinence de l'information produite
- diffusion ciblée de l'information dans le respect des délais
- fidélisation de la clientèle

RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

Fonction 1 - Accueil, vente et suivi de clientèle en langue française et en langues étrangères

Activités caractéristiques	Situations professionnelles	Compétences visées (« être capable de »)	Critères de performance
11. Prise de contact avec le client ou le prospect	S111. Accueil du client ou du prospect sur le lieu ou l'espace de vente	C1111. Accueillir en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère C1112. Créer un climat propice à la relation et à la fidélisation C1113. Mettre en place un espace d'attente et d'accueil C1114. Mettre en valeur les offres promotionnelles C1115. Mettre à disposition l'information touristique sous forme papier et numérique C1116. Animer et gérer des espaces spécifiques dédiés à l'attente (espace enfant, espace ludique, espace exposition, espace-conférence,...)	Maîtrise de la langue utilisée Aisance dans la communication orale et à distance Respect des chartes de qualité de l'accueil et des principes de développement durable
	S112. Prise en charge du client ou du prospect en face à face ou à distance (numérique et téléphonique) en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	C1121. Déterminer le profil client à partir d'une ou plusieurs typologies notamment les clients à besoins spécifiques C1122. Caractériser la demande du client C1123. Repérer les comportements déviants C1124. Réorienter s'il y a lieu tout en conservant une trace dans le système d'information C1125. Mener une action de prospection	Maîtrise de la langue utilisée Pratique efficace d'une communication verbale ou non verbale Empathie Détermination du bon profil Suivi des consignes d'accueil propres à l'entreprise
12. Conduite de l'entretien de vente	S121. Découverte des attentes du client ou du prospect en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	C1211. Pratiquer une écoute active du client C1212. Utiliser les supports d'aide à la conduite de l'entretien de vente C1213. Questionner le client pour analyser ses besoins et attentes	Respect du guide d'entretien Maîtrise de la langue utilisée Aisance dans la communication orale et à distance Pertinence du questionnement

		C1214. Reformuler les attentes du client	Réactivité
	S122. Proposition d'un produit touristique adapté en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	<p>C1221. Utiliser ses connaissances sur les destinations et les territoires (pays étrangers et France)</p> <p>C1222. Utiliser ses connaissances des différentes formes de tourisme</p> <p>C1223. Trouver les informations complémentaires en consultant les sources appropriées</p> <p>C1224 Consulter les bases de données professionnelles à l'aide des GDS</p> <p>C1225. Exploiter l'information disponible sur les sites professionnels</p> <p>C1226 Proposer une offre commerciale documentée</p> <p>C1227. Argumenter la proposition «produit et prix»</p> <p>C1228. Traiter les objections des clients et obtenir un accord provisoire</p> <p>C1229. Proposer des services ou produits complémentaires (assurances, offres de crédits, services et produits accessoires)</p>	<p>Maîtrise de la langue utilisée</p> <p>Maîtrise des caractéristiques des destinations et territoires proposés</p> <p>Maîtrise des caractéristiques et des formes de tourisme</p> <p>Force de l'argumentation</p> <p>Rapidité d'accès à l'information nécessaire</p> <p>Pertinence des supports d'information choisis</p> <p>Respect de la demande du client</p> <p>Prise en compte de la politique commerciale de la structure</p> <p>Obtention d'un accord ou d'un engagement</p> <p>Pertinence des choix et contre-propositions éventuelles</p> <p>Ventes de produits complémentaires</p>
	S123. Finalisation de l'accord	<p>C1231. Présenter les conditions générales et particulières de vente dans le cadre de la législation du tourisme</p> <p>C1232. Compléter le contrat de vente de produits touristiques</p> <p>C1233. Réserver les prestations touristiques avec utilisation éventuelle d'un GDS</p> <p>C1234. Produire une facture</p> <p>C1235. Encaisser le produit de la vente</p>	<p>Respect des dispositions juridiques applicables à la prestation</p> <p>Transparence de l'information fournie</p> <p>Efficacité dans les transactions</p> <p>Respect des règles de sécurité en matière de transaction financière</p>

13. Suivi de la clientèle	S131. Mise en œuvre du suivi de la vente en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	C1311. Relancer le client en cas d'accord provisoire C1312. Établir les documents de voyage (bons d'échange, billetterie, carnet de voyage...) C1313. Analyser et traiter les « réclamations » C1314. Assurer l'assistance-conseil notamment en cas d'évènements imprévus	Maîtrise de la langue utilisée Fiabilité et conformité des documents émis Réactivité face aux situations exceptionnelles
----------------------------------	---	--	--

Fonction 2 – Accueil et accompagnement des touristes en langue française et en langues étrangères

Activités caractéristiques	Situations professionnelles	Compétences visées « être capable de »	Critères de performance
21. Accueil physique et présentation de la prestation touristique	S211. Organisation de l'espace d'accueil temporaire (offices de tourisme, aéroports, banques et points d'accueil...)	C2111. Proposer des supports d'information C2112. Installer une signalétique adaptée	Accessibilité de l'information Attractivité du lieu d'accueil Optimisation de l'espace disponible
	S212. Prise en charge des touristes en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	C2121 Renseigner C2122. Prendre en charge un groupe y compris des personnes à besoins spécifiques C2123. Gérer les dysfonctionnements	Aisance et clarté dans la communication orale Maîtrise de la langue utilisée Empathie Degré de résolution du problème soulevé
	S213. Présentation de la prestation d'accompagnement dans son contexte géographique, historique et culturel en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	C2131. Sélectionner les informations utiles C2132. Traiter les questions et les objections des touristes C2133. Utiliser le vocabulaire professionnel adapté	Pertinence des informations sélectionnées Vocabulaire adapté Réactivité Maîtrise de la langue utilisée
22. Mise en œuvre de la prestation touristique	S221. Ajustement du programme des activités	C2211. Recueillir les demandes immédiates des touristes en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère C2212. Gérer les flux de touristes sur les différentes activités C2213. Mobiliser les ressources disponibles en matériel C2214. Adapter les activités	Qualité d'écoute Réactivité

		C2215. Gérer les aléas	
	S222. Accompagnement du groupe de touristes en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère	C2221. Gérer les relations au sein du groupe de touristes C2222. Créer un climat de confiance C2223. Gérer les imprévus C2224. Se conformer aux usages et aux contraintes de la profession	Maîtrise de la langue utilisée Respect du programme et des délais Empathie Réactivité Respect des règles
	S223. Pilotage d'équipe	C2231. Coordonner l'action des intervenants C2232. Créer des relations de coopération au sein de l'équipe	Cohésion de l'équipe
	S224. Gestion des formalités nécessaires à la bonne exécution de la prestation	C2241. Assurer les réservations auprès des prestataires et des partenaires C2242. Collecter les pièces justificatives des opérations réalisées avec les prestataires C2243. Établir les demandes d'autorisation C2244. Accompagner les opérations d'embarquement et/ou de débarquement et les opérations d'enregistrement	Respect des procédures et des délais Rigueur dans la gestion des formalités
23. Bilan de la prestation touristique	S231. Évaluation de la prestation touristique	C2311. Mesurer la satisfaction de la clientèle C2312. Rédiger un bilan de la prestation	Pertinence des informations recueillies Qualité de l'analyse
	S232. Proposition d'adaptation	C2321. Formuler des propositions d'adaptation C2322. Informer les services concernés	Pertinence de la proposition

Fonction 3 - Élaboration de l'offre touristique

Activités caractéristiques	Situations professionnelles	Compétences visées « être capable de »	Critères de performance
31. Création d'un produit touristique	S311. Analyse de la demande, de l'offre et des potentialités touristiques en relation avec le produit	C3111. Repérer les tendances de la demande C3112. Établir des liens entre des événements d'ordre économique, juridique, sociologique, géopolitique et l'activité des organisations touristiques C3113. Identifier les menaces et opportunités sur l'environnement de l'organisation C3114. Identifier et comparer les produits concurrents C3115. Repérer les offres existantes C3116. Détecter les offres potentielles des partenaires	Pertinence et actualité de l'information sélectionnée Qualité des comparaisons proposées
	S312. Réalisation ou exploitation d'un diagnostic des potentialités touristiques d'un territoire	C3121. Recenser les informations sur le territoire concerné (géographiques, économiques, culturelles, patrimoniales, environnementales) C3122. Réaliser un diagnostic du territoire C3123. Préconiser des opérations en relation avec le diagnostic	Rigueur de la démarche Pertinence du diagnostic Cohérence des actions proposées et adéquation au diagnostic Originalité des solutions préconisées
	S313. Montage du produit	C3131. Préparer les dossiers techniques (cahier des charges, appel d'offres) C3132. Sélectionner les fournisseurs/prestataires C3133. Négocier les composantes du produit (transport, hébergement, visites, assurances, services complémentaires...) C3134. Assembler les prestations C3135. Intégrer les formalités pratiques C3136. Déterminer la programmation du produit touristique : tableau synoptique ou schématique	Cohérence du produit par rapport à la demande identifiée Rigueur dans le respect des procédures et des règles de droit applicables à la prestation proposée Respect des délais Efficacité de la négociation Prise en compte de la

		C3137. Rédiger le programme journalier détaillé	dimension développement durable
	S314. Détermination du prix du produit	C3141. Analyser les paramètres de détermination du prix C3142. Calculer le coût de revient C3143. Déterminer la marge en fonction d'une politique commerciale C3144. Proposer une grille tarifaire	Pertinence de la méthode employée Adéquation de la grille tarifaire par rapport au contexte
32. Promotion du produit touristique	S321. Préparation de la promotion dans le cadre d'un cahier des charges	C3211. Démarcher des partenaires, des prestataires ou des prescripteurs pour les associer à la promotion du produit C3212. Travailler en réseau, mettre en place des actions de promotion commune C3213. Proposer des actions de promotion C3214. Définir un budget de communication C3215. Sélectionner les supports et les lieux de diffusion adaptés	Degré de mobilisation des partenaires Contribution au fonctionnement des réseaux Pertinence du choix des supports de communication Respect des contraintes du cahier des charges
	S322. Mise en place de la promotion	C3221. Mettre en place des actions de communication sur l'offre touristique C3222. Participer à la mise en œuvre des différentes formes d'actions touristiques (organisation d'événement - manifestation, de foires et salons, « d'éducteurs », de bourses d'échange, de workshops...) C3223. Suivre les relations avec les agences C3224. Formaliser les dossiers de partenariat C3225. Contribuer à la rédaction des communiqués de presse	Maîtrise de la langue utilisée Adéquation des solutions proposées aux objectifs de promotion Efficacité des partenariats

Fonction 4 - Veille, traitement et partage de l'information touristique

Activités caractéristiques	Situations professionnelles	Compétences visées « être capable de »	Critères de performance
41. Recherche et collecte de l'information touristique	S411. Identification des domaines de veille	C4111. Repérer les sources d'information stratégique C4112. S'approprier les résultats d'une étude	Pertinence du choix des sources Adéquation du support, de la méthode d'enquête au besoin identifié Opérationnalité de l'enquête
	S412. Mobilisation des moyens de recherche d'informations pour répondre aux besoins de l'organisation	C4121. Interroger les bases de données spécifiques de l'organisation C4122. Rechercher de l'information à l'aide d'outils numériques C4123. Sélectionner et croiser les informations	Pertinence du choix des méthodes, des moyens de recherche des informations et de leur utilisation Validité, pertinence, accessibilité et coût de l'information Efficacité de l'utilisation des TIC mises à disposition
	S413. Mobilisation des moyens de recherche d'informations pour répondre aux besoins du client	C4131. Maîtriser des GDS professionnels (air, rail ou autres) pour fournir l'information demandée	Validité de la proposition présentée Rapidité dans le temps de réponse
42. Traitement de l'information touristique	S421. Analyse des données recueillies	C4211. Appliquer les critères de tri, de sélection de données C4212. Utiliser un logiciel de traitement d'enquêtes C4213. Analyser les résultats suite au traitement de données C4214. Produire une synthèse	Rigueur de la démarche Maîtrise des outils de traitement Pertinence de l'analyse Production de l'information dans un langage adapté au destinataire

	S422. Fidélisation de la clientèle	C4221 Utiliser les outils de gestion de la relation client adaptés C4222 Mesurer le degré de satisfaction client C4223 Exploiter les observations des clients	Augmentation du taux de fidélisation Renouvellement de l'acte d'achat Degré de satisfaction des clients
	S423. Classement et archivage des données	C4231. Sélectionner la documentation à archiver C4232. Mettre à jour les archives C4233. Intégrer les principes du développement durable dans le stockage des informations	Accessibilité à l'information archivée Diminution de l'empreinte écologique
	S424 Contribution à la réalisation d'un plan média	C4241. Élaborer des messages adaptés aux différentes cibles	Qualité et lisibilité des documents produits
	S425. Diffusion de l'information touristique	C4251. Identifier les destinataires C4252 Choisir les circuits d'information adaptés C4253. Mettre à jour de l'information sur les différents supports C4254. Suivre la diffusion de l'information	Confidentialité et fiabilité des informations diffusées Délais de diffusion Pertinence des destinataires et des circuits d'information Sélectivité de la diffusion
43. Participation à l'évolution du système d'information touristique	S431. Actualisation des bases documentaires	C4311. Supprimer les informations obsolètes C4312. Introduire les informations nouvelles	Fréquence de la mise jour Intérêt des données conservées dans la base
	S432. Contribution à la sécurité du système d'information touristique.	C4321. Gérer les sauvegardes C4322. Appliquer les règles de confidentialité et les procédures d'accès au système d'information	Intégrité des données Fiabilité du système d'information Respect des règles de sécurisation

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

L'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs se réfère aux dispositions de l'arrêté du 17 janvier 2005 (BOEN n° 7 du 17 février 2005) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel de capacités du domaine de la culture générale et expression pour le brevet de technicien supérieur.

Objectifs et contenus

Le but de l'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs est de donner aux étudiants la culture générale dont ils auront besoin dans leur vie professionnelle et dans leur vie de citoyen et de les rendre aptes à une communication efficace à l'oral et à l'écrit.

• Culture générale

La culture générale est développée par la lecture de tout type de textes et de documents (presse, essais, œuvres littéraires, documents iconographiques, films) en relation avec les questions d'actualité rencontrées dans les médias, les productions artistiques, les lieux de débat.

En première année, le choix des thèmes de réflexion, des textes et documents d'étude est laissé à l'initiative du professeur qui s'inspire des principes suivants :

- Créer une culture commune chez des étudiants arrivant d'horizons scolaires variés ;
- Développer la curiosité des étudiants dans le sens d'une culture générale ouverte sur les problèmes du monde contemporain (questions de société, de politique, d'éthique, d'esthétique) ;
- Développer le sens de la réflexion (précision des informations et des arguments, respect de la pensée d'autrui, formation à l'expression d'un jugement personnel) en proposant des textes et documents de qualité en accord avec les compétences de lecture du public concerné.

En deuxième année, deux thèmes sont étudiés. Ces thèmes, dont l'un est renouvelé chaque année, font l'objet d'une publication au Bulletin Officiel de l'Éducation Nationale. Cette publication précise un intitulé, une problématique et des indications bibliographiques qui orientent et délimitent la problématique de chaque thème.

• Expression

Une communication efficace à l'oral et à l'écrit suppose la maîtrise d'un certain nombre de capacités et de techniques d'expression. Cette maîtrise suppose, à son tour, une connaissance suffisante de la langue (vocabulaire et syntaxe) et une aptitude à la synthèse pour saisir avec exactitude la pensée d'autrui et exprimer la sienne avec précision.

Des exercices variés concourent à cette maîtrise : débat oral, exposé oral, analyse des interactions verbales ; analyse et résumé d'un texte, comparaison de textes plus ou moins convergents ou opposés, étude logique d'une argumentation, constitution et analyse d'une documentation, compte rendu d'un livre lu, composition d'une synthèse à partir de textes et de documents de toute nature, rédaction d'un compte rendu, d'une note, d'une réponse personnelle à une question posée, d'une argumentation personnelle.

• Capacités et techniques

Cette annexe se présente sous la forme d'un répertoire des capacités et techniques dont la maîtrise constitue l'objectif de l'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs. Il comprend une analyse de ces capacités et ces techniques, un recueil de situations dans lesquelles il est possible d'acquérir, d'exercer et d'évaluer ces compétences, un recensement de critères spécifiques d'évaluation.

Les situations proposées sont des situations de formation. Certaines d'entre elles peuvent servir de supports à une évaluation (par exemple, l'exercice de synthèse). D'autres ne figurent pas en tant que telles dans les épreuves de certification mais sont essentielles dans un parcours de formation (l'exercice de résumé, par exemple, ou encore les activités d'expression orale).

Ces situations ne constituent pas un catalogue exhaustif ou impératif, elles ne définissent pas un itinéraire obligé, mais il importe de rappeler qu'une progression bien étudiée ne suppose pas réalisables d'emblée les épreuves imposées pour la délivrance du diplôme et au niveau requis en fin de formation.

Chaque professeur de français conserve la responsabilité de définir son projet pédagogique, en déterminant ses priorités et sa progression. Il prend en charge, selon les horaires dont il dispose, les exigences professionnelles propres aux sections où il enseigne et répond aux besoins recensés chez ses étudiants ou ses stagiaires. Chaque fois que cela est possible, il veille à établir des liens entre l'enseignement qu'il dispense et les enseignements généraux et professionnels que ses étudiants reçoivent dans leur section.

CAPACITÉ A

Communiquer oralement

- **Compétences caractéristiques**

Être capable de :

1. Connaître et respecter les conditions préalables et indispensables à toute communication orale (attention, écoute, disponibilité...).
2. Mémoriser et restituer par oral un message écrit ou oral.
3. Reformuler un message oral.
4. Se fixer un ou des objectifs (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader) et le (ou les) faire connaître.
5. Choisir, ordonner, structurer les éléments de son propre message.
6. Produire un message oral :
 - en fonction d'une situation de communication donnée ;
 - en respectant le sujet, les données du problème, le ou les objectifs fixés ;
 - en tenant compte du destinataire.
7. Recentrer le sujet de discussion ou le thème d'un débat.

- **Situations possibles**

Auditoire familier ou non.

1. Avec ou sans support présent

- 1.1. Formulation de consignes
- 1.2. Questionnement à des fins d'information
- 1.3. Communication téléphonique
- 1.4. Entretien
- 1.5. Réponse argumentée à une demande
- 1.6. Restitution d'un message, reformulation personnalisée d'un message
- 1.7. Prise de parole
- 1.8. Exposé bref, entretien, préparés en temps limité ; exposé (seul ou à plusieurs)
- 1.9. Débat.

2. Avec support présent

- 2.1. Commentaire d'images isolées ou en suite
- 2.2. Commentaire de documents non textuels (organigramme, tableau de statistiques, schéma, graphique, diagramme...)
- 2.3. Revue de presse
- 2.4. Rapport
- 2.5. Présentation et soutenance d'un dossier

3. Sans support présent

- 3.1. Compte rendu d'un événement dans l'entreprise, d'une visite de chantier, d'une réunion, d'une lecture, d'un spectacle
- 3.2. Prise de parole, discussion
- 3.3. Jeu de rôles, simulation d'entretien.

- **Critères d'évaluation**

1. Adaptation à la situation

Maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectif.

2. *Adaptation au destinataire*

- 2.1. Choix des moyens d'expression appropriés (images, exemples, répétitions volontaires, usage du métalangage, formules de relations sociales...)
- 2.2. Prise en compte du discours et de l'attitude de l'interlocuteur (écouter, saisir les nuances, reformuler, s'adapter).

3. *Organisation du message*

- 3.1. Unité de sens (en rapport direct avec le sujet et la situation)
- 3.2. Structure interne (déroulement chronologique, articulation logique, progression appropriée à l'objectif visé).

4. *Contenu du message*

- 4.1. Intelligibilité du message
- 4.2. Précision des idées
- 4.3. Pertinence des exemples
- 4.4. Valeur de l'argumentation
- 4.5. Netteté de la conclusion

TECHNIQUE *La langue orale*

- **Compétences caractéristiques**

Être capable de :

1. Prendre la parole, se faire entendre.
2. Adapter sa voix et son attitude aux contraintes de la situation.
3. Choisir et maîtriser le registre de langue approprié.
4. Utiliser un vocabulaire précis et varié.
5. Produire un message oral dont les éléments forment des productions achevées (en tenant compte des spécificités de la langue orale).

- **Situations possibles**

1. *Les mêmes que pour la capacité A.*

2. *Certains exercices spécifiques pour apprendre à :*

- 2.1. Poser sa voix, articuler, contrôler le débit, varier l'intonation
- 2.2. Maîtriser le regard, les gestes, les mimiques
- 2.3. Utiliser l'espace
- 2.4. Respecter les contraintes de temps

- **Critères d'évaluation**

1. *Présence*

- 1.1. Voix (articulation, débit, volume, intonation)
- 1.2. Regard
- 1.3. Attitude
- 1.4. Utilisation des documents
- 1.5. Spontanéité de la formulation (distance par rapport au message écrit)

2. *Langue*

- 2.1. Registre (courant, soutenu) adapté à la situation de communication et à l'auditoire
- 2.2. Lexique (précision, variété)
- 2.3. Structure syntaxique (phrases simples ou complexes, achevées ou non ...).

CAPACITÉ B *S'informer- se documenter*

- **Compétences caractéristiques**

Être capable de :

1. Rechercher, c'est-à-dire

- 1.1. Maîtriser les outils et les techniques documentaires usuels
- 1.2. Établir une problématique de la recherche envisagée
- 1.3. Réduire un axe de recherche à des notions et à des mots-clés
- 1.4. Fixer l'ordre des opérations documentaires.

2. Trier et traiter, c'est-à-dire

- 2.1. Identifier le support de l'information et en apprécier la pertinence
- 2.2. Repérer une information dans un ensemble organisé ou non
- 2.3. Sélectionner, selon un ou plusieurs critères, une information, une documentation
- 2.4. Analyser, classer, ordonner informations et documents en fonction d'objectifs explicites
- 2.5. Relativiser les informations en fonction de leur environnement (contextes et connotations)
- 2.6. Préparer une conclusion.

- **Situations possibles**

Toute situation de recherche, de tri et de traitement d'informations (écrites, orales, visuelles) sur des ensembles organisés ou non.

1. Recherche méthodique sur un ensemble de notions à coordonner (par exemple dans des dictionnaires, des encyclopédies).
2. Dépouillement et sélection d'informations en fonction d'une problématique.
3. Recherche d'exemples ou d'illustrations documentaires pour argumenter un point de vue (par exemple en vue d'un exposé, d'un texte écrit).
4. Étude des effets « texte image » sur l'information.
5. Élaboration d'une fiche de description analytique, critique (par exemple, sommaire d'un dossier).
6. Relevé de conclusions à partir de documents contradictoires.
7. Constitution d'un dossier.
8. Synthèse de documents de nature, d'époques, de points de vue différents.

- **Critères d'évaluation**

1. Adéquation de la méthode de recherche à la situation.
2. Pertinence des choix opérés.
3. Cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments).
4. Pertinence des conclusions en fonction des documents de référence.

CAPACITÉ C *Appréhender un message*

- **Compétences caractéristiques**

Être capable de :

1. S'interroger pour :

- 1.1. Prendre en compte les caractères spécifiques du code (écrit, oral, iconique, gestuel) ou des codes employés
- 1.2. Reconnaître le statut du texte (genre, registre, type de discours, destinataire)
- 1.3. Situer le message dans ses contextes (historique, linguistique, référentiel, idéologique ...)
- 1.4. Discerner les marques d'énonciation
- 1.5. Distinguer les idées et les mots clés du message
- 1.6. Percevoir les effets de sens dus au langage (ambiguïtés, connotations, figures de style...)
- 1.7. Mettre en relation les éléments d'un même document ou des éléments appartenant à des documents différents, repérer les idées convergentes et divergentes
- 1.8. Découvrir le système ou les systèmes de cohérence d'un message (chronologique, logique, symbolique...).

2. Rendre compte de la signification globale d'un message

3. Restructurer un message à partir d'éléments donnés

- **Situations possibles**

1. Lecture silencieuse d'un ou de plusieurs textes.
2. Étude comparée de textes.
3. Audition d'un message oral (revue de presse, exposé, discours argumenté, etc.).
4. Lecture d'images fixes isolées ou en séquences, lecture de films.
5. Lecture de documents écrits non textuels (organigramme, tableau de statistiques, schéma, graphique, diagramme, etc.).

- **Critères d'évaluation**

Selon les situations :

1. Pertinence dans le relevé des idées et mots-clés du message définis selon son ou ses systèmes de cohérence.
2. Exactitude, précision, cohérence dans l'analyse et la mise en relation de ces éléments.
3. Interprétation justifiée des moyens mis en œuvre dans le message (registre de langue, syntaxe, structure, système des connotations, figures, etc.).
4. Mise en perspective du message par rapport à son ou à ses contextes.
5. Fidélité à la signification globale du message.

CAPACITÉ D *Réaliser un message*

- **Compétences caractéristiques**

Être capable de :

1. Respecter les éléments constitutifs d'une situation de communication (destinataire, niveau de langue).
2. Recenser les données d'un problème.
3. Se fixer des objectifs avant de formuler ou de rédiger un message (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader).
4. Rassembler des éléments d'information et des moyens d'argumentation.

5.
 - 5.1. Élaborer une idée à partir d'un fait, d'un exemple, d'un document
 - 5.2. Développer des idées à partir d'une notion, d'une question, d'une idée donnée
 - 5.3. Illustrer une idée à l'aide d'exemples, de citations
6. Organiser les données et les idées en fonction des objectifs retenus.
7. Choisir les moyens d'expression appropriés à la situation et au destinataire.
8. Nuancer, relativiser, si besoin, l'expression de sa pensée.
9. Donner, si besoin, un tour personnel à un message.

- **Situations possibles**

Toutes les situations qui permettent la création d'un message, avec ou sans implication de l'émetteur, notamment :

1. Réponse à une demande, à une question.
2. Préparation d'un questionnaire.
3. Correspondance professionnelle, administrative.
4. Compte rendu d'un événement dans l'entreprise, d'une visite de chantier, d'une réunion, d'une lecture, d'un spectacle.
5. Résumé.
6. Rapport.
7. Synthèse de documents.
8. Discours argumenté :
 - 8.1. Exposé bref, entretien, préparés en temps limité avec ou sans support présent
 - 8.2. Exposé (seul ou à plusieurs)
 - 8.3. Commentaire de textes, développement composé, essai...
9. Présentation et soutenance d'un dossier.

- **Critères d'évaluation**

1. En toute situation

- 1.1. Compréhension du message par le destinataire
- 1.2. Présentation matérielle adaptée au type de message
- 1.3. Présence et exactitude des informations, des données, des notions requises par le sujet traité
- 1.4. Organisation et cohérence du message
 - 1.4.1 Unité de sens (en rapport direct avec le sujet et la situation)
 - 1.4.2 Structure interne (déroulement chronologique, articulation logique, progression adaptée à l'objectif visé).

2. Selon les situations

- 2.1. Efficacité du message (densité du propos, netteté de la conclusion...)
- 2.2. Implication ou non de l'émetteur (attendue dans un rapport, proscrite dans un résumé, par exemple)
- 2.3. Exploitation opportune des références culturelles, de l'expérience personnelle
- 2.4. Originalité de l'écriture, du contenu.

CAPACITÉ E

Apprécier un message ou une situation

- **Compétences caractéristiques**

Être capable de :

1. Apprécier les données d'une situation vécue (événement, conduite, débat, etc.).
2. Évaluer l'intérêt, la pertinence, la cohérence, la portée d'un message (y compris de son propre message) ou de certains de ses éléments.
3. Justifier son point de vue.
4. Établir un bilan critique.

- **Situations possibles**

1. Formulation d'un jugement critique après lecture, étude, audition, observation (voir situations évoquées en A, B, C, D).
2. Autoévaluation.

- **Critères d'évaluation**

1. En toute situation

1.1. Choix motivé et utilisation judicieuse des éléments de la situation ou du message examinés :

- distinction entre l'essentiel et l'accessoire
- recul par rapport au message ou à la situation
- mise en perspective des éléments retenus
- jugement critique.

1.2. Pertinence des arguments logiques et hiérarchisation de ces arguments.

2. En situation d'autoévaluation

Perception juste de l'effet produit sur autrui, de la valeur de sa prestation par rapport aux exigences requises.

TECHNIQUE B

La langue à l'écrit

- **Compétences caractéristiques**

1. Rédiger un message lisible (graphie, ponctuation, mise en page).
2. Respecter le code linguistique écrit (morphologie, orthographe lexicale et grammaticale, syntaxe).
3. Respecter la logique d'un texte écrit (connecteurs, marques de chronologie, reprises anaphoriques).
4. Prendre en compte la situation d'écriture (niveau de langue, précision lexicale).

- **Situations possibles**

1. Les situations de production de message écrit évoquées en D.
2. Toute activité spécifique permettant de consolider la maîtrise du code écrit.

- **Critères d'évaluation**

Ces critères sont définis par les compétences caractéristiques énumérées ci-dessus.

COMMUNICATION EN LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES

La consolidation et l'approfondissement de la maîtrise des langues étrangères constituent, compte tenu du secteur d'activité professionnel visé, une évidente nécessité. Au-delà de la validation de compétences en langue anglaise dont l'usage dans les pratiques professionnelles est largement répandu, voire systématique, la validation de compétences dans une autre langue vivante étrangère que l'anglais (choisie dans la liste ci-après) est quant à elle, tout aussi nécessaire pour prendre en compte la diversification de la provenance géographique des touristes et de prestataires avec lesquels le professionnel du tourisme est en relation.

La liste des langues vivantes étrangères, autres que l'anglais, pouvant être choisies comme langue obligatoire est la suivante : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.

La pratique d'une troisième langue vivante est un atout supplémentaire et l'apprentissage (à titre facultatif) de cette troisième langue vivante est souhaitable et conseillé. La troisième langue vivante étrangère présentée au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de l'anglais et de la deuxième langue. Elle est choisie dans la liste des langues facultatives autorisées aux brevets de technicien supérieur.

Le niveau exigible en fin de formation est fixé en référence au *Cadre européen commun de référence pour les langues* (CECRL) : le niveau B2 pour l'anglais et pour l'autre langue vivante étrangère obligatoire ; le niveau B1 pour la langue vivante étrangère facultative.

Le CECRL définit les compétences associées au niveau B2 de la façon suivante : « *peut comprendre le contenu essentiel de sujets concrets ou abstraits dans un texte complexe, y compris une discussion technique dans sa spécialité ; peut communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance tel qu'une conversation avec un locuteur natif ne comporte de tension ni pour l'un ni pour l'autre ; peut s'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets, émettre un avis sur un sujet d'actualité et exposer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités* ».

Les compétences associées au niveau B1 sont les suivantes : « *est capable de comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé à propos de choses familières dans le travail et dans la vie quotidienne. Est en mesure dans la plupart des situations rencontrées en voyage dans une région où la langue est parlée, de produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers. Peut relater un événement, décrire un espoir ou un but et exposer brièvement un raisonnement* ».

A / Connaissances et compétences langagières générales

Les approches et les contenus de ce savoir visent à l'acquisition des compétences fondamentales de compréhension et d'expression à l'écrit comme à l'oral.

Ces compétences sont développées par les pratiques et activités suivantes :

- exploitation de documents oraux ou écrits de toute nature et représentatifs de la civilisation et de la vie quotidienne des pays étrangers ;
- exposition régulière à une vaste gamme de sources d'information culturelle et professionnelle dans la langue étudiée, à savoir articles de presse (générale ou spécialisée), extraits de romans, extraits de films, émissions de radio, interviews, reportages, documentaires, brochures de voyages, de compagnies de transport ou de tout autre prestataire de services touristiques, courriers professionnels, blogs, sites web ;
- traduction et adaptation, à destination d'une clientèle étrangère, de documents relatifs à un produit touristique français ;
- rédaction de comptes rendus, de programmes de voyage, de courriers simples ou de messages (par voie électronique ou postale) ;

- traitement d'instructions ou d'informations à caractère professionnel reçues oralement ;
- échanges conversationnels dans une situation professionnelle donnée, présentation, explications et argumentations orales (y compris par téléphone).

Comme dans toute formation à caractère professionnalisant, les enseignements de langues vivantes étrangères ont pour mode privilégié d'apprentissage et d'entraînement la mise en situation pratique : stage, simulations, scénarios, jeux de rôle, résolution de problèmes, travail sur projet, etc. Ce mode privilégié n'exclut pas le travail de réflexion sur la langue et n'interdit pas le recours, quand le besoin en a été perçu et clairement identifié par l'étudiant, à des tâches individuelles de consolidation, de fixation (récapitulation, répétition, mémorisation, etc.) ou de remédiation.

B/ Compétences langagières appliquées au domaine professionnel

Les activités professionnelles en langues vivantes étrangères développées dans le cadre des études pour du BTS Tourisme impliquent l'exploration et la connaissance de champs lexicaux particuliers, tels ceux du commerce, de l'économie, de l'histoire, de la géographie, de l'environnement, des sports, des divertissements et de la culture comprise au sens le plus large (de l'art à la gastronomie, en passant par la mode, etc.).

L'utilisation, en langue étrangère, des technologies de l'information et de la communication appliquées au tourisme est essentielle et nécessairement au cœur des activités de formation.

Un travail en interdisciplinarité avec les professeurs d'enseignement de spécialité (en particulier en communication appliquée à la relation client) est fortement recommandé dans le cadre d'activités à caractère professionnel, comme l'élaboration d'un forfait touristique, la rédaction d'un programme ou d'un carnet de voyage, une situation de négociation commerciale, de réservation ou de vente, ou toute autre situation professionnelle conduite de préférence mais pas exclusivement en simulation. Le lieu privilégié de ce travail en interdisciplinarité est l'atelier de professionnalisation.

C/ Connaissances et compétences culturelles et interculturelles

Dans la perspective de l'évolution permanente des métiers du secteur du tourisme, l'acquisition de compétences culturelles et interculturelles est indispensable. Ces compétences sont nécessaires dans de nombreuses situations professionnelles comme, par exemple, celles qui exigent :

- de sélectionner et proposer un produit ou un service adapté à une clientèle étrangère ;
- d'analyser une situation de communication en tenant compte des contextes socioculturels (celui du client ou touriste étranger et le sien propre) et des spécificités locales.

On s'applique donc à développer la connaissance du mode de vie, des habitudes, des pratiques commerciales, de la culture sociale des peuples dont on étudie les langues.

Le tableau qui suit recense, pour ce qui est du domaine des langues vivantes et des cultures étrangères, les compétences et connaissances prioritairement attendues d'un futur technicien supérieur du tourisme. La nomenclature et la terminologie sont à la fois celles du CECRL et celles des activités caractéristiques et situations répertoriées dans le référentiel d'activités professionnelles du BTS tourisme.

Situations	Compétences culturelles et interculturelles nécessaires dans la situation professionnelle visée	Compétences langagières mobilisées (linguistiques, sociolinguistiques, pragmatiques) CO = compréhension de l'oral / EOC = expression orale en continu / EOI = expression orale en interaction / CE = compréhension de l'écrit/ EE = expression écrite	Activités et tâches d'apprentissage et d'entraînement / Sources et supports / Utilisation des technologies de l'information et de la communication Exemples et suggestions : liste indicative, non exhaustive, non limitative
Accueillir et prendre en charge des clients étrangers			
Accueillir des clients étrangers sur le lieu ou dans l'espace de vente (F1 – S111)	Savoir identifier et utiliser les stratégies de contact (verbal et non verbal) adaptées à un interlocuteur étranger	Savoir utiliser des formules d'accueil adaptées à l'interlocuteur (registre de langue, formules de politesse) ← EOI Savoir se présenter de façon professionnelle ← EOC Etre capable de mettre en forme une signalétique en anglais et dans une autre langue étrangère ← EE	Proposer diverses situations d'entraînement (jeux de rôle, simulations, séquences filmées, etc.) en veillant à varier les scénarios (attentes plus ou moins précises du client étranger, identité et profil de ce dernier, etc.) concernant l'accueil sur le lieu de vente.
Accueillir des clients étrangers à distance (F1 – S111)	Savoir utiliser les codes culturels verbaux et non verbaux adaptés à l'accueil à distance	Savoir établir un premier contact téléphonique ← CO + EOI Savoir repérer l'identité de l'interlocuteur et l'objet de son appel ← CO	Écouter des messages téléphoniques à contenus divers et s'entraîner : - à repérer, comprendre et hiérarchiser les éléments clés des demandes formulées ; - à donner à ces demandes des réponses adéquates, en fonction d'une variété de situations et scénarios spécifiques (demandes plus ou moins précises des clients ; identité, profil et personnalité de ces clients ; horaires, trajets, correspondances ; budget et prix ; réservations, disponibilités ; conditions météorologiques, etc.). Simuler des communications téléphoniques.
Prendre en charge des clients étrangers en face à face ou à distance (téléphone,	Savoir adopter une attitude d'ouverture, d'écoute et d'intérêt à l'égard des clients étrangers et de leur culture Etre capable de percevoir l'appartenance socioculturelle de l'interlocuteur étranger	Etre capable de comprendre les questions immédiates et factuelles des clients étrangers ← CO Savoir prendre l'initiative de la conversation, s'impliquer dans l'échange en restant à l'écoute de la demande ← EOI Savoir adapter son discours (ou son style	Rédiger des documents professionnels de base (courriels, lettres) pour communiquer avec des clients étrangers : - en se constituant un florilège de modèles textuels de référence authentiques ; - en sachant exposer l'objet de la communication de façon claire et en respectant les formes et formules en usage ; - en contrôlant sa rédaction avant envoi.

courrier électronique) (F1 – S112)	Etre capable de tenir le rôle d'intermédiaire culturel entre sa culture d'appartenance et la culture étrangère	d'écriture) à la situation et au destinataire, en adoptant le niveau d'expression formelle qui convient aux circonstances ← CE / CO → EE / EOC / EOI Savoir relancer l'échange afin d'obtenir des précisions éventuelles ← EOI / EE Savoir anticiper, à l'oral comme à l'écrit, la teneur du message à partir de la connaissance préalable que l'on a du sujet, de façon à : - orienter son écoute (CO) / sa lecture (CE) - préparer son intervention, sa réponse (EO / EE)	Identifier des profils types de prospect étranger, à partir de supports multiples et variés : témoignages écrits, interviews, reportages radio ou vidéo, données statistiques, études sociologiques Tirer parti de la définition de profils types de clients étrangers pour : - repérer les modes et codes de communication, les habitudes des clients étrangers ; - décoder les stéréotypes et favoriser la perception de la variation culturelle ; - adapter la communication orale et écrite en direction de clients étrangers en tenant compte des différences culturelles et interculturelles recensées
Identifier, analyser et comprendre les besoins et les attentes des clients étrangers (F1 – S 121)	Adopter une attitude objective par rapport à la demande, en relativisant son propre point de vue et son propre système de valeurs culturelles	Etre capable de sélectionner les informations essentielles du message, écrit ou oral ← CE / CO) Savoir synthétiser et reformuler les informations ← EE / EOC Etre capable de questionner les clients étrangers pour clarifier les points équivoques et mieux identifier ses besoins ← EE / EOI Maîtriser les codes spécifiques des différents types de communication (téléphone, courriel, courrier, fax) ← EE / EO	Pour les mises en situation : - définir le profil du client et le contexte, la nature et les critères de sa demande ; - préparer les réponses ou propositions ; - rédiger ou téléphoner les réponses ; - consigner les échanges écrits ou oraux dans un dossier de suivi. Pour la dimension interculturelle, il est pertinent d'établir un lien avec les aspects développés dans le programme de « Tourisme et territoire »
Répondre aux demandes des clients étrangers (F1 – S122)	Savoir tirer parti des représentations stéréotypées ou non que les clients étrangers peuvent avoir de la France	Savoir expliciter une idée, être capable de corriger une erreur d'interprétation, savoir apporter un complément d'information ← EO / EE Savoir faire des suggestions adaptées ← EO / EE Savoir présenter une alternative ou une contre-proposition en adaptant ses arguments au profil et aux attentes de l'interlocuteur étranger ← EO / EE	
Vendre, à des clients étrangers, des produits touristiques français			
Proposer, en anglais et dans une autre langue	Connaître les grands traits et tendances des habitudes de consommation et pratiques touristiques des clients	Etre capable de mobiliser, en situation de réception et d'expression, le lexique spécifique à ses habitudes de consommation et pratiques touristiques ← CE / CO / EO / EE	À partir de supports multiples et variés (témoignages écrits, interviews, reportages vidéo, etc.), adapter l'offre locale à une demande étrangère en ; - repérant les spécificités et atouts de l'offre touristique locale (pays,

<p>étrangère, un produit touristique français adapté aux besoins et aux attentes de clients étrangers (F1 – S122)</p>	<p>étrangers</p> <p>Etre capable d'expliquer les habitudes et pratiques de son propre pays pour lever les stéréotypes ou les représentations erronées</p>	<p>Etre capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prélever, à partir d'un support écrit, les informations essentielles concernant les caractéristiques et la disponibilité d'un produit touristique ; - les restituer en situation de face à face ou au téléphone ou par écrit ← CE / EO / EE <p>Savoir rédiger et mettre en forme (en anglais et dans une autre langue étrangère) un programme de voyage, circuit, séjour ou activité touristique (avec ses différentes composantes ← EE</p> <p>Etre capable de présenter ce programme oralement (en anglais et dans une autre langue étrangère) et d'en commenter et justifier les propositions ← EOC</p> <p>Etre capable de réorienter la proposition en fonction du profil du client, de ses attentes spécifiques et de ses objections éventuelles ← EOI</p> <p>Etre capable d'établir un devis (en anglais et dans une autre langue étrangère) ← EE</p> <p>Etre capable de présenter et justifier ce devis (en anglais et dans une autre langue étrangère), à l'oral et / ou à l'écrit ← EO / EE</p>	<p>région, ville) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - analysant des offres touristiques analogues dans des pays étrangers ; - adaptant la présentation de l'offre locale en tenant compte des différences culturelles et interculturelles. <p>Présenter un produit touristique français à des clients étrangers à partir de notes succinctes en exposant les arguments de vente principaux de façon hiérarchisée et cohérente et en prenant en compte les objections éventuelles du client étranger.</p> <p>Mettre au point (en anglais et dans une autre langue étrangère) une offre de tarif ou un devis à destination d'un client étranger en prenant appui sur des informations empruntées à des situations réelles et en les traduisant (en anglais et dans une autre langue étrangère) pour établir le devis chiffré.</p>
Vendre des produits touristiques étrangers à une clientèle française			
<p>Proposer un produit touristique étranger adapté aux besoins et aux attentes d'une clientèle française (F1 – S122)</p>	<p>Connaître les réalités géographiques, historiques, culturelles, patrimoniales des pays concernés (en lien avec les éléments développés dans le programme de « Tourisme et territoire »</p>	<p>Savoir trouver les informations nécessaires en consultant des ressources variées (dont les bases de données) disponibles en anglais et dans une autre langue étrangère ← CE</p> <p>Savoir exploiter l'information disponible en anglais et dans une autre langue étrangère sur les sites professionnels ← CE / EE</p> <p>Savoir interroger par écrit (courriel) des prestataires, organismes ou établissements étrangers ← EE</p>	<p>Mettre au point en français, à partir de sources et documents en anglais et / ou dans une autre langue étrangère, des fiches de présentation ou des dossiers techniques sur des destinations touristiques ou manifestations (festival, salon, foire, exposition, événement sportif, etc.) à l'étranger.</p> <p>Rédiger des documents professionnels de base (courriels, lettres) pour communiquer avec des prestataires, organismes ou établissements étrangers.</p>

<p>Gestion des formalités nécessaires à la bonne exécution de la prestation (F2 – S224)</p>		<p>Savoir effectuer et suivre les réservations auprès des prestataires et partenaires étrangers - à l'oral ← CO / EO - à l'écrit ← EE</p>	<p>Entraînement sous forme de mises en situation, simulations, résolutions de problèmes</p>
Accompagner des touristes étrangers			
<p>Organiser les espaces d'accueil temporaires (F2 – S211)</p>	<p>Savoir utiliser des éléments paralinguistiques (sigles, abréviations, acronymes, logos étrangers)</p>	<p>Etre capable de mettre en forme une signalétique en anglais et dans une autre langue étrangère (étiquetage, fléchage, panneaux, affiches, etc.) ← EE</p>	<p>Repérer, à partir de documents multiples et variés (séquences vidéo, films, messages et affiches publicitaires, presse spécialisée, chaînes de télévision et sites internet spécialisés dans les voyages et le tourisme, etc.) les spécificités et les constantes de la signalétique étrangère. S'approprier le lexique et la syntaxe de cette signalétique.</p>
<p>Prendre en charge, en anglais et dans une autre langue étrangère, des touristes étrangers (F2 – S212)</p>	<p>Savoir adopter une attitude d'ouverture, d'écoute et d'intérêt à l'égard des touristes étrangers et de leur culture</p> <p>Jouer son rôle d'intermédiaire culturel et savoir anticiper et identifier les situations conflictuelles possibles</p> <p>Savoir s'adapter à ces situations pour les résoudre</p> <p>Savoir identifier les différences gestuelles et proxémiques</p> <p>Connaître les différentes étapes de l'adaptation dans un séjour (étapes du « choc culturel »)</p>	<p>Savoir renseigner, orienter ← EO</p> <p>Connaître et savoir utiliser le champ lexical des déplacements dans l'espace et les indicateurs de temps ← CO / EO / CE / EE</p> <p>Connaître et savoir utiliser les dénominations des pays et de leurs habitants ← CO / EO / CE / EE</p> <p>Etre capable de faire une présentation organisée et savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mettre en évidence les avantages et les inconvénients d'une option - hiérarchiser les informations de manière à établir un plan cohérent ← EO <p>Savoir gérer linguistiquement une négociation pour trouver une solution à une situation conflictuelle, à un événement imprévu ← EO</p> <p>Savoir soutenir la conversation sur un terrain connu en confirmant sa compréhension et en sollicitant le groupe ← EO</p>	<p>À partir de supports multiples et variés, repérer les modes et les codes de communication, les habitudes des clients étrangers.</p> <p>Proposer des mises en situation (jeux de rôle, études de cas, simulations globales, séquences filmées, etc.) en faisant varier les paramètres suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - lieux de la prise en charge (gare, aéroport, hôtel, restaurant, site ou monument, etc.) ; - profils des clients (pays d'origine, âge, profession, objet et contexte de la visite, etc.) ; - éventuels imprévus ou situations problématiques (retard dans les transports, fermeture inopinée d'un site ou d'un monument, grève, etc.). <p>Au fil de ces mises en situation et au terme des simulations réalisées, faciliter la pratique réflexive sur (et dans) la langue-cible : pour les activités en binôme ou en groupe, favoriser, par l'analyse collective des prestations et par l'intercorrection, les remédiations nécessaires, en recourant si possible et de temps à autre à l'autoscopie.</p> <p>Présenter une prestation ou une activité touristique à un client étranger ou un groupe de clients étrangers. A partir de supports</p>

<p>Présenter, en anglais et dans une autre langue étrangère, la prestation d'accompagnement (F2 – S213)</p>	<p>Savoir construire une présentation en fonction d'un interlocuteur culturellement identifié</p>	<p>Etre capable de réaliser et présenter une synthèse écrite et / ou orale de documents touristiques à un groupe de touristes étrangers ← CE + EE / EOC Savoir faire, à l'oral ou l'écrit, la description claire et détaillée d'une démarche en tenant compte de l'effet à produire sur le (les) destinataire(s) ← EOC / EE</p>	<p> multiples et variés en anglais et dans une autre langue étrangère (reportages écrits, vidéos, commentaires de films documentaires, etc.), repérer les spécificités propres à ce type de discours (passage du descriptif à l'argumentatif), par exemple : - lire et analyser des reportages écrits, des récits ou comptes rendus de voyages ou de séjours ; - visionner des reportages sur des lieux ou sur des produits touristiques spécifiques et en faire une restitution organisée sur la base de notes succinctes ; - varier les situations de restitution et les profils des destinataires (pour adapter les registres en fonction de ces destinataires) - simuler des situations problématiques (tensions, malentendus, incompréhensions, etc.) afin de favoriser l'entraînement à la résolution de problèmes et de consolider le savoir-dire, le savoir-être et le savoir-faire en ce domaine.</p>
<p>Ajuster, en anglais et dans une autre langue étrangère, le programme des activités (F2 – S221)</p>	<p>Etre capable de mettre en relation des cultures différentes par analogie, généralisation ou comparaison</p>	<p>Savoir traiter les questions et objections des touristes étrangers Savoir s'adapter aux changements de sujets, de style, de ton rencontrés Savoir gérer, à l'oral, une négociation pour trouver une solution à une situation conflictuelle ou exceptionnelle ← EOI</p>	
<p>Accompagner, en anglais et dans une autre langue étrangère, un groupe de touristes étrangers (F2 – S222)</p>	<p>Savoir adopter une attitude d'ouverture, d'écoute et d'intérêt à l'égard des touristes étrangers et de leur culture Savoir se positionner en tant que médiateur culturel Savoir construire des explications en fonction d'un interlocuteur culturellement situé Etre capable de relativiser les valeurs, les significations et les pratiques de sa propre</p>	<p>Etre capable d'adapter le niveau d'expression formelle aux circonstances ← CO / EOI Savoir respecter et faire respecter le tour de parole ← CO / EOI Etre capable d'exposer une proposition et de la défendre avec pertinence en fournissant explications et arguments ← EOC / EOI Etre capable d'évaluer et d'exposer les avantages et les inconvénients d'une demande pour arriver à un accord ← CO / EOC / EOI Savoir s'écarter à l'oral d'un discours préparé pour suivre les points soulevés par les auditeurs et répondre à leurs sollicitations ← EOC / EOI</p>	

	culture		
Suivre et fidéliser la clientèle étrangère			
Mettre en œuvre, en anglais et dans une autre langue étrangère, un suivi de vente Traiter les réclamations (F1 – S131)	<p>Savoir utiliser les codes culturels verbaux et non verbaux adaptés à la situation donnée</p> <p>Savoir mesurer la représentativité d'une situation particulière</p> <p>Etre capable d'identifier les zones conflictuelles</p> <p>Savoir servir de médiateur lorsque des comportements et des convictions contradictoires ont été en présence</p>	<p>Savoir écrire un courrier, un courriel en anglais et dans une autre langue étrangère ← EE</p> <p>Savoir traiter les réclamations écrites des clients étrangers et y apporter une réponse adaptée ← EE</p> <p>Savoir rédiger un questionnaire de satisfaction en anglais et dans une autre langue étrangère ← EE</p> <p>Etre capable de développer une argumentation claire et savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - utiliser des arguments secondaires et des exemples pertinents - enchaîner des arguments avec logique - faire une contre-proposition ← EE / EO 	<p>Etudier des demandes, requêtes, réclamations (écrites et orales) exprimées en anglais et dans une autre langue étrangère et y repérer les éléments saillants (registre, ton, vocabulaire spécifique, formules de politesse, objet de la demande, etc.) et s'entraîner à fournir et exprimer des réponses adéquates (à l'écrit comme à l'oral), qui tiennent pleinement compte de l'historique et du contexte de la prestation ainsi que de l'identité de l'interlocuteur</p> <p>Synthétiser et consigner les écrits dans un dossier de suivi.</p> <p>Etudier des supports-modèles (en anglais et dans une autre langue étrangère) authentiques, multiples et variés : questionnaires, sondages, enquêtes de satisfaction, statistiques, etc. À partir de ces modèles, réaliser (en anglais et dans une autre langue étrangère) un questionnaire en fonction d'un contexte donné et de tel ou tel type de clientèle.</p> <p>Réaliser des interviews, enquêtes, sondages, par écrit, en face à face ou par téléphone.</p> <p>Relancer le client par téléphone ou par courrier/courriel en prenant appui sur les éléments de son dossier et faire (à l'écrit et / ou à l'oral) une nouvelle proposition de prestation, en mettant en avant les arguments susceptibles d'emporter l'adhésion de ce client-cible (au profil désormais connu).</p>

GESTION DE LA RELATION CLIENT

La « Gestion de la relation client » contribue à la construction de compétences en lien avec la fonction 1, « Accueil, vente et suivi de clientèle en langue française et en langues étrangères » et la fonction 2, « Accueil et accompagnement des touristes en langue française et en langues étrangères » :

- dans le cadre d'exercice de la fonction 1, il s'agit, dans une situation de prise de contact, de conduire un entretien de vente avec comme objectif de répondre au mieux à la demande du client et de construire un processus de fidélisation du client ;
- dans le cadre de l'exercice de la fonction 2, il s'agit d'assurer l'accueil physique ou l'accompagnement de touristes.

Ce savoir prend en compte la triple dimension de la relation qui s'établit avec le client :

- **spatiale**, en présentant la diversité des lieux et des méthodes de vente de prestations touristiques et d'exercice de l'accompagnement ;
- **interpersonnelle**, à partir de la compréhension des mécanismes et démarches en action dans le cadre d'une communication efficace ;
- **technologique**, en se situant dans un environnement technologique qui intègre les outils professionnels de consultation, de vente, de réservation et de suivi de la clientèle.

Ce savoir prend également appui sur :

- les savoir-faire langagiers et la maîtrise de la dimension interculturelle de la relation client, construits en « Culture générale et expression » et en « Communication en langues étrangères » ;
- la connaissance des territoires, des destinations et des produits touristiques telle qu'elle est définie en « Tourisme et territoire » ; en effet, une relation client de qualité s'appuie sur la valeur ajoutée apportée par les conseils avisés du professionnel, expert sur les caractéristiques des destinations ;
- des savoirs et savoir-faire concernant l'utilisation des sites et logiciels professionnels (en particulier les GDS) décrits dans la « Gestion de l'information touristique ».

Dans la perspective de proposer des formules de tourisme durable, soucieuses du respect des personnes, les préoccupations environnementales, éthiques et sociétales devront être systématiquement intégrées dans la relation avec les touristes. Une relation client de qualité doit aussi permettre de proposer les offres commerciales adaptées aux touristes à besoins spécifiques (prise en compte des clients en situation de handicap temporaire ou permanent).

L'enseignement de la « Gestion de la relation client » requiert la mise en œuvre de dispositifs pédagogiques qui prévoient l'exploitation de jeux de rôles, inspirés de situations professionnelles vécues ou observées par les étudiants, et qui associent les enseignants de spécialité et les enseignants de langues vivantes étrangères dans le cadre de l'atelier de professionnalisation.

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
<p>1. Le cadre de la relation client</p> <p><i>Étude menée notamment à partir de l'observation de points de vente et d'accueil de la clientèle touristique, de l'utilisation de base de données prospects</i></p>	
<p>L'aménagement de l'espace d'accueil et de vente</p> <p>L'accueil</p> <p>La promotion sur le lieu de vente</p> <p>La prospection</p>	<p>Après avoir dressé un panorama de la distribution, il convient de détailler plus précisément les formes (vente en face à face et à distance) et lieux de vente (en agence, dans un call center ou web call center ou sur un salon).</p> <p>Il s'agit d'identifier les différentes situations d'accueil : en face à face ou par média interposé (téléphone, Internet, ...) et les propositions de produit ou de service complémentaires</p> <p>Dans un contexte fortement concurrentiel, la mise en valeur de l'espace d'accueil ou de vente quel qu'il soit, est primordial pour développer et fidéliser la clientèle : les différentes techniques d'animation et de promotion sont présentées dans un souci d'optimisation de l'activité commerciale.</p> <p>On se limite aux outils de prospection les plus courants du secteur, en présentant notamment ceux qui prennent appui sur les technologies de l'information et de la communication (réseaux sociaux, mobiles, ...). Il est nécessaire d'identifier la cible visée et de présenter les moyens de la répertorier et de la qualifier.</p>
<p>2. La création de la relation client</p> <p><i>Étude menée notamment à partir de l'observation de situations professionnelles d'accueil emblématiques et au travers de scénarios, de vidéos, de jeux de rôles qui peuvent nécessiter l'utilisation de sites et logiciels professionnels.</i></p> <p><i>On s'appuie, de façon systématique, sur des situations caractéristiques du secteur du tourisme qui nécessitent de mobiliser des connaissances des territoires et des potentialités offertes par les structures touristiques locales, afin de formuler une offre commerciale qui tienne compte des besoins du client, identifiés lors de la phase de découverte.</i></p>	
<p>Éléments fondamentaux de la communication professionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les concepts et leur évolution ; - les relations entre les acteurs : statuts et rôles, formes de communication <p>La communication professionnelle orientée client :</p> <ul style="list-style-type: none"> registre de langage, codes sociaux, convenances commerciales, écoute active, freins à la communication, 	<p>Après avoir présenté les concepts fondamentaux de la communication professionnelle en faisant référence aux principaux courants de pensée appartenant à différents champs disciplinaires, on observe plus particulièrement le mode de fonctionnement des acteurs dans une relation de communication professionnelle (posture, comportement, attitude, personnalité, émotions, lien entre attitude et comportement...) en distinguant les composantes verbales et non verbales de l'échange.</p>

<p>La gestion et l'animation du groupe de touristes</p>	<p>de la nature de l'activité, et du milieu (montagne, littoral protégé...) sont présentées.</p> <p>Dans des situations d'accompagnement, il s'agit de repérer et d'identifier les caractéristiques des groupes et les interactions entre ses membres afin d'adapter spontanément son discours oral, de procéder aux régulations nécessaires, de maintenir l'attention du groupe et d'en garder la maîtrise. L'objectif principal reste de favoriser les échanges au sein du groupe. On prend en compte l'influence des groupes sur les comportements de communication par le biais des cultures, normes, réseaux sociaux, stéréotypes.</p>
---	---

TOURISME ET TERRITOIRE

L'activité touristique vise à tirer parti des potentialités environnementales, patrimoniales et culturelles d'un territoire donné. Elle a des impacts socio-économiques plus ou moins profonds sur le territoire concerné. Pour mettre en valeur ces effets multiples et systémiques, la démarche proposée s'appuie de façon privilégiée sur des situations contextualisées, qui permettent de mettre en valeur les interactions et de montrer que le tourisme est une construction sociale qui évolue. Dans le même temps des approches plus générales permettent de fixer des cadres, des repères, et de montrer la variété du phénomène touristique.

« Tourisme et territoires » privilégie une approche spatiale du tourisme afin de repérer, dans un contexte de mondialisation des activités humaines et de nécessité de prise en compte du développement durable, les potentialités d'un territoire donné (ou d'une destination) d'un point de vue touristique ; il faut souligner que la mise en perspective historique donne la possibilité d'appréhender et de relativiser l'intérêt d'un lieu, d'un bien ou d'une activité considérés comme touristique.

Ce savoir couvre, complémentirement aux savoirs « Mercatique et conception de la prestation touristique » et « Cadre organisationnel et juridique de l'activité touristique », une partie des compétences de la fonction 3 « Élaboration d'une offre touristique ».

Elle correspond aux capacités suivantes :

- localiser et présenter les destinations et les territoires touristiques majeurs, y compris dans une vision dynamique ;
- analyser les ressources, contraintes et risques (géographiques, climatiques, culturels, géopolitiques, institutionnels, réglementaires...) des lieux étudiés ;
- caractériser les différentes formes de tourisme et de loisirs, et leurs évolutions respectives ;
- identifier les principaux acteurs et leurs stratégies dans le cadre de la définition et de la mise en œuvre d'une politique touristique ;
- cerner les impacts socio-économiques de la mise en tourisme d'un territoire.

Ce savoir apporte également des connaissances sur les destinations françaises et étrangères qui pourront être mobilisées dans le cadre de la vente de voyages ou de séjours (fonction 1).

L'étude des territoires amène à construire une représentation graphique claire, ordonnée et hiérarchisée de ces territoires (cartes thématiques et de synthèse, croquis d'itinéraires). Les contenus de l'enseignement s'appuient sur la maîtrise de supports et d'outils techniques (lecture et analyse de cartes sur des supports variés (GPS, cartes routières, cartes topographiques, photographie aérienne, images numériques) en relation avec les pratiques professionnelles.

Le programme s'organise en deux grandes parties, réparties sur les deux années : mise en place des mécanismes généraux puis étude de grands territoires touristiques. Dans cette deuxième partie, il n'est pas envisageable de faire une étude détaillée de chaque territoire ou zone géographique : l'essentiel, pour le futur professionnel, est d'avoir en tête les principaux repères pour répondre à la demande avec une forte réactivité et trouver rapidement et efficacement les informations plus détaillées.

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
1. Le tourisme entre mondialisation et développement durable	
Le tourisme dans le monde (pôles, flux, aires)	L'étude du tourisme à l'échelle mondiale permet de fixer les repères majeurs. La mondialisation, c'est l'extension mondiale d'une activité, le jeu de grands acteurs mondialisés, la mise en relation et l'exploitation des avantages comparatifs. À l'échelle planétaire, il s'agit de distinguer et de localiser les différents types d'espaces émetteurs et récepteurs.
La diffusion du phénomène touristique et ses ressorts (attractivité des lieux, modes de transport et accessibilité, pratiques touristiques...)	À partir de cartes à différentes dates et échelles et de documents de différentes natures, il s'agit de montrer la diffusion du tourisme en fonction des moyens (techniques, économiques, financiers...) de l'évolution des pratiques et des comportements, des contextes (historique, social, politique, culturel, économique, ...).
Les acteurs institutionnels du tourisme (privés, publics)	Il s'agit de présenter, dans leur organisation et leurs stratégies, les acteurs institutionnels du tourisme à différentes échelles : - internationale avec les organisations internationales (OMT, BIT...) - nationale (Conseil National du Tourisme, Atout France, Union Nationale des Associations de Tourisme, l'Institut Français du Tourisme...) - locale avec les organismes et réseaux décentralisés du tourisme (Comités Régionaux du Tourisme, Agences de Développement Touristique, offices de tourisme, RN2D...), les sites culturels sous tutelle de l'Etat ou des collectivités locales (ex : musées, châteaux...).
Les politiques de développement touristique	Le tourisme participe au développement, à l'aménagement et à la protection du territoire. À ce titre il convient de montrer son poids et ses retombées sur les économies (création d'emplois, de revenus), les sociétés et les espaces. Il convient d'analyser les choix en matière de politiques touristiques et en matière de campagnes de communication menées par les institutionnels.
Une nouvelle donne : le développement durable (tourisme responsable, écotourisme)	Le développement durable c'est la prise en compte des interactions entre environnement, économie et société. La diffusion de ces nouveaux impératifs conduit à la fois la remise en cause de certaines formes de tourisme et au développement de formes nouvelles. Il s'agit de montrer, à partir d'exemples, les rapports ambigus et contradictoires entre tourisme et environnement, les enjeux actuels du tourisme et les réponses contemporaines.
2. Espaces et identités touristiques	

Les potentialités touristiques des territoires	L'étude est menée à différentes échelles et à partir de cas précis qui permettent une analyse en termes de potentialités, contraintes et risques liés aux aspects climatiques et aux milieux, ainsi qu'aux aspects socioculturels et politiques.
Les objets touristiques	Il s'agit de préciser la notion d'objet touristique et de présenter les différents patrimoines matériels (architectural, pictural, sculptural, vernaculaire, industriel) immatériels (us et coutumes, fêtes et traditions) et naturel, et le caractère évolutif et relatif de ces ressources.
La mise en tourisme des territoires et ses impacts	Il s'agit de montrer que le tourisme a des implications multiples et des effets d'intensité variable sur l'espace, la société, l'économie : des impacts directs (aménagement pour l'accès, infrastructures de transport ou de loisirs, hébergements...), impacts indirects (influences culturelles, effet d'entraînement économique, image du lieu, pollution, sauvegarde...).
Les espaces touristiques : littoral, montagnard, urbain, rural	Des exemples pris à différentes échelles spatiales permettent d'identifier les spécificités de différents espaces touristiques en fonction du milieu physique et de ses contraintes, des objets touristiques, de la clientèle, des politiques de développement mises en œuvre.
Les spécificités des formes de tourisme	Il s'agit de catégoriser différentes formes de tourisme en présentant leurs principales caractéristiques et incidences économiques : patrimonial (culturel, religieux, urbain, de découverte économique, gastronomique (ou gourmand) ; de nature et sportif (balnéaire, de montagne, fluvial...) ; de santé et de bien-être (thermalisme, thalassothérapie, spas...) ; ludique (parcs de loisirs et casinos) ; événementiel (manifestations culturelles, sportives ou commerciales ; congrès d'affaires ; foires et salons)
3. La France, un des premiers et plus anciens territoires touristiques	
Connaissance de la France	La présentation du territoire français dans ses aspects historique (constitution du territoire), géographique (relief et climat) et administratif (les différents découpages) est un préalable à l'étude de ses régions touristiques.
Les lieux de tourisme	Il s'agit de dresser une typologie des régions touristiques françaises en analysant et en hiérarchisant leurs atouts et faiblesses (y compris les départements et territoires ultramarins de la France).
Évolutions et tendances des pratiques touristiques en France.	L'analyse des pratiques des touristes français et étrangers sur le territoire sera faite à partir de statistiques et de publications portant sur la fréquentation, la répartition spatiale, les moyens d'acheminement, les comportements de réservation et d'achats de prestations touristiques.

4. Les principaux territoires touristiques mondiaux

Ces territoires majeurs ne sont étudiés ni de façon exhaustive, ni de manière seulement descriptive. À partir d'exemples pris sur différentes zones géographiques, il s'agit de faire comprendre le développement du tourisme, de montrer les formes originales qu'il peut revêtir, son importance relative dans l'économie de la zone ou du pays, de préciser ses impacts, ses évolutions et enjeux. On se place de façon privilégiée du point de vue d'un touriste français qui visite un pays extra-métropolitain.

Les destinations par zones : l'Europe, le bassin méditerranéen, les pays du Golfe, l'Asie du sud-est, l'Amérique du Nord, l'Amérique latine, les Caraïbes

Il s'agit de mettre en exergue les spécificités des destinations : géographiques (climat, relief, fuseaux horaires), culturelles (histoire, civilisations), d'accessibilité (transports, desserte sur place), sanitaires et administratives ainsi que l'offre touristique (centres d'intérêts, formes et produits touristiques) en prenant en compte principalement les attentes des visiteurs français.

CADRE ORGANISATIONNEL ET JURIDIQUE DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

Le premier objectif de ce savoir est de donner au futur technicien du tourisme les clés et connaissances nécessaires à la compréhension et à la construction de son environnement professionnel : réglementation de l'offre touristique, réglementation de la profession, régime d'exercice de l'activité touristique, variété des acteurs, repérage des principales caractéristiques de l'environnement (environnementales, culturelles).

Le deuxième objectif de ce savoir est de faire appréhender et appliquer les règles d'établissement des contrats. En effet, le contrat constitue une notion pivot dans la relation avec le client : contrats de vente, en face à face ou en ligne, portant sur des prestations telles que la billetterie, les forfaits, les produits sur mesure, les coffrets cadeaux, l'assurance. Il s'agit aussi, dans une situation de dommage lié à une activité touristique d'identifier la nature juridique de la responsabilité (contractuelle ou délictuelle), de faire jouer le contrat d'assurances, de délimiter le contenu et l'étendue des garanties. Il s'agit enfin de sensibiliser le technicien supérieur en tourisme aux dispositions protégeant les intérêts du consommateur, en particulier quand ce dernier acquiert une prestation touristique via Internet. La maîtrise de certains aspects du droit de la consommation est en effet devenue une nécessité face à des juges de plus en plus sensibles à la défense des intérêts du consommateur.

Les compétences visées dans ce savoir sont directement en lien avec la production d'une prestation touristique afin de construire un produit qui respecte les dispositions réglementaires en vigueur tant dans son contenu que dans son mode de diffusion. Elles sont également mobilisées lors de la vente d'une prestation touristique pour s'assurer que le contrat proposé est valide.

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
<p align="center">1. La réglementation de l'offre touristique</p> <p>Il s'agit d'exposer les grandes étapes de la construction de l'environnement juridique de la profession en situant les dispositions adoptées au niveau français par rapport aux directives européennes en la matière. Les éléments cités infra pour guider la présentation doivent être complétés ou amendés au fil du temps en intégrant les nouvelles dispositions applicables.</p>	
<p>Le Code du tourisme</p> <p>La législation relative au tourisme</p> <p>Les conditions d'exercice des opérateurs de vente de voyages et de séjour</p>	<p>Entre 2000 et 2006 a été élaboré le Code du tourisme qui rassemble l'ensemble des règles de droit applicables au secteur du tourisme. Il a permis une présentation ordonnée et une mise en cohérence du droit du tourisme.</p> <p>Il s'agit de présenter les grands principes des lois et décrets en vigueur qui encadrent la production et la vente de prestations touristiques sur le territoire français.</p> <p>Il s'agit de connaître :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le principe de la liberté d'établissement et de libre prestation de service ; - la procédure d'immatriculation des opérateurs de vente de voyages et de séjours auprès d'Atout France ; - les conditions de l'immatriculation : la garantie financière, la responsabilité civile professionnelle, l'aptitude professionnelle.
<p align="center">2. Les acteurs de l'offre touristique</p> <p>Les acteurs intervenant dans la chaîne d'activités touristiques sont multiples : il s'agit d'en établir une typologie, de préciser le rôle respectif de chaque type d'acteurs et de mettre en exergue la logique de structuration du secteur.</p>	
<p>Les acteurs relevant du secteur commercial</p> <p>Les acteurs relevant du secteur social et associatif</p>	<p>Après avoir présenté et caractérisé les principaux acteurs du secteur commercial (distributeurs, producteurs (TO), réceptifs ; entreprises d'événementiel ; espaces d'accueil, d'attraction, de loisirs ; structures de valorisation de sites culturels et naturels), il s'agit d'analyser le mode de structuration de ces acteurs : réseaux, indépendants, agences en ligne, grande distribution, TO généralistes, spécialistes, groupistes ; réceptifs excursionnistes, réceptifs loisirs et affaires ; centres de congrès et d'affaires, organisateurs de salons, hôtels, châteaux, musées, bases de loisirs, complexes d'animation, hébergements en milieu rural...</p> <p>En complément, on soulignera le rôle joué par les associations et syndicats professionnels du secteur.</p> <p>Le tourisme social peut être défini comme l'ensemble des programmes et actions visant à rendre effectif le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de la population (jeunes, familles, retraités...).</p> <p>Il s'agit, entre autres, de l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances (ANCV), l'Union Nationale des Associations de</p>

4. Les contrats liés à la relation avec le client

Le contrat de vente de prestations touristiques est gouverné par les principes de la théorie générale des contrats prévus par le Code civil. Le Code du tourisme ou le Code de consommation apportent des précisions complémentaires sur les modalités de formation et d'exécution de ces contrats.

Principes généraux sur les contrats, formation et conditions de validité	<p>Il s'agit de présenter et d'analyser :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les conditions de formation du contrat (conditions de fond et de forme) et la sanction du non-respect de ces conditions (nullité du contrat) ; - les effets du contrat s'il est valablement formé : effet obligatoire et effet relatif du contrat ; - les droits d'une partie contractante face à son co-contractant qui n'exécute pas ce qui est prévu au contrat : exception d'inexécution, exécution forcée, mise en œuvre de la responsabilité contractuelle ; résolution du contrat ; - la responsabilité contractuelle et délictuelle.
L'inexécution des contrats	
La responsabilité contractuelle	
Les modes alternatifs de résolution des conflits relatifs aux contrats	<p>Il s'agit d'avoir une connaissance générale des :</p> <ul style="list-style-type: none"> - compétences des juridictions : ordres de juridictions, compétences d'attribution, recours (appel, cassation) ; - des modes alternatifs de résolution des conflits relatifs aux contrats : médiation, arbitrage, et notamment la Médiation du Tourisme et des Voyages (MTV).
Les dispositions légales régissant la vente de voyage et de séjour	<p>Le régime de la vente de voyages et de séjours est régi principalement par le Code du tourisme. Certaines dispositions du Code de la consommation et du Code pénal régissent la période pré-contractuelle et imposent notamment au professionnel une obligation d'information et de conseil au profit du non-professionnel ou consommateur.</p>
L'obligation pré-contractuelle d'information et de conseil	<p>Il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - définir et mesurer la portée de l'obligation pré-contractuelle d'information et de conseil qui pèse sur le professionnel ; - repérer les dispositions du Code de la consommation et du Code pénal protégeant le consommateur : délit de publicité mensongère, refus de vente, délit de discrimination... - présenter les dispositions relatives aux clauses obligatoires du contrat, au prix et à la révision du prix, aux modalités de paiement du prix, à la modification du contrat, à l'annulation et à la cession du contrat.
Les dispositions protectrices du consommateur	
L' e-contrat de voyage	<p>Le développement considérable des transactions numériques relatives au tourisme nécessite une connaissance des dispositions spécifiques régissant l'e-contrat de voyage.</p> <p>Il s'agit de repérer les dispositions spécifiques relatives :</p> <ul style="list-style-type: none"> - aux conditions de validité de l'offre de voyage par voie électronique (étapes de la conclusion du contrat) ; - à l'e-paiement du voyage : sécurisation des transactions ; - à la protection de la vie privée et au traitement des données à caractère personnel ; - à la protection de la propriété intellectuelle (propriété des logos, marques, contenu du site...) ;

<p>Les contrats d'assurance liés aux voyages</p>	<ul style="list-style-type: none"> - aux droits et obligations des responsables de traitement de données (LECN) - aux modalités de contestation du paiement - à l'absence de droit de rétractation. <p>Il s'agit de repérer, à partir d'exemples réels de contrat d'assurance voyages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'assurance assistance-rapatriement qui doit obligatoirement être proposée par le vendeur de voyage à son client ; - les autres assurances, telles que l'assurance annulation ou l'assurance bagages ; - les risques couverts par les différentes formules proposées ; - les garanties proposées par les cartes bancaires.
<p>Les instruments de paiement</p>	<p>Si le voyageur a vocation à utiliser les modes de paiement classiques comme la carte bancaire, des instruments lui sont néanmoins spécifiquement dédiés.</p> <p>Il s'agit de préciser :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les modalités d'utilisation des principaux moyens de paiement ; - le principe de fonctionnement des chèques vacances et des chèques voyage ; - le dispositif SEPA (Single European Payment Area) qui permet aux touristes d'effectuer des opérations de paiement dans l'espace européen à des conditions identiques à celles qu'ils pratiquent à l'intérieur de leur propre pays.

MERCATIQUE ET CONCEPTION DE LA PRESTATION TOURISTIQUE

En lien avec le savoir « Tourisme et territoire » qui vise à mettre en exergue les atouts d'un territoire ou d'une destination, ce savoir a pour objectif de concrétiser ces potentialités sous forme de prestations qui peuvent satisfaire les attentes de touristes ; on se place ici du point de vue de l'organisation qui élabore la prestation.

Les compétences développées dans ce savoir sont les suivantes :

- caractériser les spécificités de l'offre et de la demande touristiques ;
- analyser les contraintes et les opportunités de l'environnement dans lequel évolue l'organisation qui conçoit la prestation ;
- comprendre la structuration de cette organisation en repérant les modalités de répartition, de coordination et de contrôle des tâches ;
- comprendre comment sont mobilisées les ressources humaines et financières afin de réaliser l'objet social de l'organisation ;
- maîtriser les ressorts techniques et économiques de la création, de la promotion et de la fixation du prix du produit touristique ;
- connaître les particularités de la production de services et les exigences d'une création touristique économiquement durable ;
- évaluer la prestation touristique et dresser un bilan en proposant, le cas échéant, des actions correctives.

L'approfondissement des éléments indiqués dans le point 4 du tableau ci-dessous est directement en lien avec l'environnement d'accueil en milieu professionnel (stage, alternance ou activité professionnelle) et le type de spécialisation souhaitée par le formé (à mettre en relation avec le parcours de professionnalisation).

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
<p>1. La connaissance du marché touristique</p> <p>Dans un univers concurrentiel en constante évolution où les nouvelles technologies offrent au client un vaste choix d'informations en temps réel, la connaissance du marché s'avère essentielle. Le candidat devra être capable d'apprécier les situations (repérage des segments porteurs) et les spécificités de l'offre et de la demande.</p>	
<p>1.1 La demande</p> <p>Les différentes catégories d'acheteurs et de consommateurs (ménages, entreprises, associations) Comportements d'achat et de consommation Processus de décision d'achat</p> <p>Segmentation de la demande touristique (de loisirs et d'affaires)</p> <p>1.2 L'offre</p> <p>Les 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 <p>1.3 L'étude de marché</p> <p>Typologie et objectifs Méthodologie de conduite de l'étude de marché Les enquêtes : démarche et outils</p>	<p>Il s'agit de caractériser la structure actuelle et les évolutions récentes de la consommation liées au tourisme, aux loisirs, aux transports et à la culture. La notion de ménage sera élargie au contexte européen et international, en intégrant la dimension interculturelle, afin de tenir compte des particularités du tourisme réceptif.</p> <p>La segmentation permet d'analyser la demande de manière plus fine et de fonder l'action marketing, notamment en ce qui concerne les clientèles à besoin spécifique.</p> <p>L'analyse de l'environnement micro-économique d'une organisation touristique donnée permet de mettre en exergue, dans une logique de marché et à la lumière des grandes évolutions macro-économiques repérées, les forces et faiblesses ainsi que les menaces et les opportunités pour cette organisation.</p> <p>Il s'agit de présenter l'intérêt et les modalités de déroulement d'une étude de marché. En s'appuyant sur des situations réelles simples, sont présentées la démarche d'enquête ainsi que les techniques associées (observations, entretiens, questionnaires). Cet aspect doit être traité en relation avec le point de l'unité de « Gestion de l'information touristique » consacré aux logiciels de traitement d'enquêtes.</p>
<p>2. Le fonctionnement de l'organisation touristique</p> <p>La construction d'une prestation touristique s'effectue dans le cadre d'une organisation touristique dont il faut connaître les principes fondamentaux de fonctionnement tant sur le plan humain que sur le plan financier pour que le produit proposé soit viable et crédible.</p>	

<p>2.1 L'orientation stratégique</p> <p>Stratégies de l'organisation touristique pour pénétrer, se maintenir ou sortir d'un marché</p> <p>Positionnement sur un marché</p> <p>Modalités de développement (croissance organique, croissance externe, partenariats)</p> <p>2.2 La structuration de l'organisation touristique</p> <p>La nécessité de structurer les organisations</p> <p>Les configurations structurelles</p> <p>2.3 La mobilisation de ressources humaines</p> <p>La ressource humaine dans les organisations touristiques : les types d'emplois ; les modalités de recrutement, de rémunération, de formation ; la gestion des compétences</p> <p>Les modes de management des hommes : exercice du pouvoir, motivation et implication du personnel</p> <p>2.4 La mobilisation de</p>	<p>En s'appuyant sur les résultats de la phase de prise de connaissance du marché et en observant des situations réelles, il s'agit de présenter et de justifier des options stratégiques et d'indiquer les modalités de développement pertinentes par rapport à la taille, la finalité et les moyens de l'organisation étudiée.</p> <p>Pour répondre à sa finalité de façon pérenne toute organisation doit se doter d'une structure qui peut être définie comme une combinaison d'éléments et de mécanismes visant à répartir, coordonner et contrôler les activités de l'organisation afin d'atteindre les objectifs stratégiques visés.</p> <p>Aux structures traditionnelles types viennent progressivement s'ajouter des formes organisationnelles plus flexibles (transversales, par projet, en réseau, par processus). L'observation des organisations montre qu'il n'y a pas de déterminisme structurel car de nombreux facteurs peuvent influencer la manière dont elles se structurent (paramètres de la contingence : stratégie, environnement, taille, âge, système d'échange et de traitement de l'information choisi, culture...). Il s'agit, sur des cas observés, de repérer et d'apprécier les déterminants du choix d'adoption et d'évolution d'une configuration structurelle.</p> <p>En lien avec les éléments sur le « statut des personnes au travail » développés dans le point 3 du programme de « Cadre organisationnel et juridique des activités touristiques », il s'agit d'évaluer les besoins en ressources humaines dans une situation contextualisée et d'étudier les moyens d'y répondre sur les plans quantitatifs et qualitatifs.</p> <p>Il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - caractériser les différentes modalités d'exercice du pouvoir (comportement des dirigeants, niveau de décentralisation dans la prise de décision, modalités de mesure et de suivi des performances) ; - identifier les leviers de motivation qui concilient l'objectif de l'organisation et la satisfaction de l'individu au travail ; - établir le lien entre la culture d'une organisation donnée et l'implication des salariés.
--	---

ressources financières	
L'évaluation de besoins financiers	L'organisation doit assurer l'adéquation entre la stratégie choisie et les moyens financiers dont elle dispose ou peut disposer pour la mettre en œuvre. L'objectif est de définir les besoins correspondant au cycle d'investissement d'une part et au cycle d'exploitation d'autre part.
Les modes de financement	Les modes de financement varient suivant le type d'organisation ; on peut distinguer les ressources propres (apports en nature et en capital - y compris les dons et les cotisations -, autofinancement généré par l'activité) et les ressources externes (emprunts, subventions). Il s'agit d'identifier les avantages et les inconvénients de chaque source, en particulier en tenant compte du coût et du risque.
L'équilibre financier à court terme et à long terme	Il s'agit : - d'appréhender la contrainte de l'équilibre financier d'une organisation (décaissements = encaissements) au travers d'un plan de financement d'une part (vision long terme) et d'un budget de trésorerie d'autre part (vision court terme) ; - d'envisager les moyens à mettre en œuvre pour corriger un déséquilibre.
Le suivi financier de l'organisation : le compte de résultat et le bilan	Il s'agit : - d'appréhender la représentation de l'entreprise à travers le modèle flux-stocks ; - d'expliquer le principe de la partie double (comptabilité d'engagement) et montrer ses conséquences pour l'enregistrement des opérations comptables - d'analyser la construction d'un compte de résultat et d'un bilan. Il est nécessaire de préciser à cette occasion le rôle et l'impact de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les flux financiers et sur les comptes.
2.5 L'évaluation des performances de l'organisation touristique	
La performance par rapport au marché	Les indicateurs qui peuvent être utilisés et commentés sont : la part de marché, le taux de satisfaction des clients, le taux de fidélisation
La performance financière	Les indicateurs qui peuvent être utilisés sont : la profitabilité (analyse de la marge et des résultats) et la rentabilité (rapport entre les résultats et les moyens engagés pour les obtenir). Dans les deux cas, l'appréciation des indicateurs se fait dans la mesure du possible en effectuant des comparaisons dans le temps et dans l'espace.
3. L'action mercatique touristique	

L'action marketing touristique prend en compte dans un environnement donné, l'évolution de la demande et des flux touristiques pour proposer un ensemble d'actions commerciales cohérent et motivé par rapport à la cible choisie et au positionnement adopté par l'entreprise touristique.

3.1. Le produit

Caractéristiques du produit touristique

Politique de produit : positionnement, gamme, qualité, innovation, marque

Les spécificités de la dimension « service » du produit touristique sont mises en exergue (en particulier les facteurs disponibilité, qualité et service).

Les différents principes, méthodes et outils de la démarche qualité (assurance qualité, respect de la réglementation et des chartes professionnelles, certification, labellisation) sont abordés au travers d'exemples concrets, issus de l'environnement touristique local pour les pratiques les plus répandues dans les professions touristiques. Des exemples nationaux ou internationaux sont présentés en ce qui concerne les pratiques les plus innovantes.

La politique de produit doit être directement reliée à la démarche de segmentation étudiée dans le point précédent et à la démarche stratégique de l'organisation touristique.

Le produit final est souvent composé d'un assemblage de prestations (transport, hébergement, visites...) : cet aspect est développé dans le point 4 infra.

3.2 Le prix

Les principes de tarification de l'offre touristique : les méthodes de fixation d'un prix

Il s'agit d'identifier les grands principes de construction d'une politique tarifaire en se plaçant du point de vue de l'entreprise (rentabilité, positionnement du produit) et du point de vue du client (perception de la qualité, prix psychologique).

La politique tarifaire dans le domaine des services, la gestion des capacités

Les principes et l'importance de la gestion des capacités par les possibilités de modulation tarifaire (« yield management ») seront soulignés.

3.3 La promotion

La construction d'un plan de communication

Il s'agit de mettre en évidence les principes de cohérence des plans de communication et la nécessaire recherche d'adéquation entre les objectifs et les moyens de l'organisation.

Les vecteurs de la promotion : publicité, manifestations professionnelles et grand public, marketing directe, opérations de relations publiques, presse, parrainage, mécénat

L'accent sera mis :

- 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...)

3.4 La distribution

Les réseaux de distribution de produits touristiques locaux : composition, forces et faiblesses, pouvoir de marché

Le développement du commerce électronique et ses incidences sur la commercialisation des produits touristiques et des destinations est mis en avant sans pour autant négliger l'importance des circuits traditionnels.

4. Le montage d'une prestation touristique

Il s'agit de mettre en œuvre une démarche rigoureuse afin de créer un produit répondant à la demande du client et de proposer un prix qui est compatible avec les contraintes stratégiques, commerciales, organisationnelles et financières présentées supra.

Les dimensions éthique (par exemple, sur la lutte contre l'exploitation des êtres humains, en particulier les enfants) et durable (impact écologique de la mise en œuvre de la prestation) doivent être prises en compte.

4.1 La prestation touristique : objet et contenu

La prestation touristique :

- prend des formes diverses : montage d'un circuit de visite ou d'un itinéraire, d'un voyage dans une région française ou à l'étranger, d'une manifestation autour d'un événement, de l'accueil ou de l'accompagnement d'un groupe de touristes... -
- est souvent composée d'un assemblage de services (transport, hébergement, restauration, guidage, ventes de produits dérivés, assurance...);
- est commercialisée suivant différentes formules : forfait, à la carte...

4.2 Méthodologie de montage de visites ou de voyages

À partir d'une demande bien identifiée, on étudie les différentes phases de construction de la prestation qui répond à la demande :

- détermination du cahier des charges ;
- recherche d'informations, sélection des fournisseurs et prestataires, négociation d'achat ;
- assemblage des composantes du produit, schéma-programme, itinéraire ;
- budgétisation de la prestation (présentation du devis, coût de revient, marge, TVA) ;
- offre de vente (programme, tableau des prix, brochure, dépliant, type de contrat, documents afférents) ;
- évaluation (a posteriori) de la prestation (satisfaction du client, écart entre coût budgété et coût réel).

4.3 Méthodologie de montage d'un événement

Il s'agit d'un événement en rapport avec le tourisme, en particulier le tourisme d'affaires (foires et salons, congrès, événements d'entreprises tels que les séminaires, incentives...).

À partir d'une demande bien identifiée, on étudie les différentes étapes du montage d'un événement en s'attachant particulièrement aux aspects suivants :

- élaboration et suivi du cahier des charges (réalisation de dossiers attractifs de présentation de projet) ;
- gestion de la logistique (ex : choix des lieux et des sites, gestion des transports et transferts, hébergement, restauration, signalétique, accueil...);
- relations avec les agences de communication et la presse (ex : fichier presse, communiqué de presse, dossiers de presse...);
- évaluation du coût de l'opération.

GESTION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE

Les métiers du tourisme sont fortement concernés par le développement de nouveaux outils et supports liés aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et à l'évolution de la touristique, qui désigne principalement les GDS (Global Distribution Systems), c'est-à-dire les plates-formes électroniques de gestion des réservations mais aussi les serveurs des voyagistes, les sites professionnels et les supports d'aide à la vente sur Internet.

Le développement constant de ces outils et supports nécessite des compétences techniques en matière d'accès à l'information, de conception, de diffusion des messages et de traitement de l'information ainsi qu'une adaptation à de nouvelles formes d'organisation du travail.

Le savoir « Gestion de l'information touristique » vise un double objectif :

- un **objectif à caractère opérationnel généraliste** visant à acquérir les compétences et les connaissances permettant de maîtriser les principaux outils et logiciels permettant d'assurer la collecte, le traitement et l'édition de l'information touristique ;
- un **objectif à caractère professionnel**, qui consiste à préparer l'insertion professionnelle immédiate ou future en permettant au diplômé de comprendre le contexte professionnel dans lequel il évolue, de s'approprier progressivement les outils et les logiciels professionnels qui y correspondent et de contribuer à une utilisation pertinente pour préparer la prise de décision.

Ce savoir est composé de deux parties :

- une partie commune correspondant à des compétences transversales concernant peu ou prou tous les métiers du tourisme ;
- une partie d'approfondissement obligatoire et choisie en fonction de la **dominante professionnelle** souhaitée par le candidat ; elle porte sur **une** des deux dimensions suivantes :
 - **information et multimédia,**
 - **information et touristique.**

Les notions étudiées dans ce savoir sont convoquées au travers des situations de travail vécues ou observées par les étudiants dans le cadre de l'exécution des quatre fonctions du technicien supérieur en tourisme et plus particulièrement au travers des situations professionnelles de la fonction 4 - Veille, traitement et partage de l'information touristique et des situations professionnelles S122. Proposition d'un produit touristique adapté en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère et S123. Finalisation de l'accord de la fonction 1 – Accueil, vente et suivi de la clientèle. Sur ce dernier point, il faut veiller à ce que l'enseignement de « Gestion de l'information touristique » soit mené de façon coordonnée avec celui de la « Gestion de la relation client ».

Les compétences concernant les TIC sont principalement acquises par la pratique. C'est donc principalement sur poste de travail que les séances consacrées aux enseignements de gestion de l'information touristique seront organisées ; les périodes de stage ou d'alternance seront également l'occasion d'enrichir les compétences en ce domaine en se situant dans le contexte technologique des organismes d'accueil.

Les outils étudiés ne peuvent faire l'objet d'un parcours exhaustif. Il faut mettre l'accent sur les fonctions transversales de manipulation des objets (insérer, modifier, couper, copier, coller, formater, stocker...) et s'attacher à la présentation des interfaces.

Une méthodologie d'exploitation de l'aide en ligne permet de développer l'autonomie et de créer des compétences d'autoformation notamment sur les fonctions qui ne seront utilisées que par certains en fonction du contexte professionnel.

Le périmètre précis des fonctionnalités des logiciels étudiés est nécessairement évolutif avec les progrès des technologies. Il est communiqué, en ce qui concerne la partie commune dans le cadre de la circulaire d'organisation. La partie de spécialisation est liée au domaine professionnel choisi par le candidat qui approfondit les savoirs et savoirs faire de base en fonction de son parcours et de ses choix.

Tronc commun (première année)

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
<p align="center">1. Les éléments fondamentaux de l'environnement numérique</p> <p>Ces notions doivent permettre d'identifier et de comprendre l'environnement numérique des organisations dans lesquelles les étudiants s'inséreront en stage puis au niveau professionnel.</p>	
<p>L'information touristique : origine, formes, caractéristiques, qualités</p> <p>Le système d'information touristique : composants, rôles, spécificités en fonction des métiers</p> <p>Les matériels et les logiciels Les réseaux informatiques, intranet, Internet</p> <p>Principes de sécurité informatique : les risques informatiques et leur prévention ; droits d'accès</p> <p>Les bases de données relationnelles : la structure, les tables, les relations, les règles d'intégrité, les requêtes, les états</p> <p>Principe de recherche</p>	<p>S'adressant à des non professionnels de l'informatique, il s'agit de définir la notion d'information touristique en évoquant ses différentes formes et ses qualités (pertinence, fiabilité, durée de vie ...).</p> <p>Il s'agit de repérer les différents rôles du système d'information : pour communiquer de façon interne et de façon externe, pour aider la prise de décision, pour faciliter le travail collaboratif.</p> <p>Les matériels sont décrits avec les caractéristiques utiles à la profession : vitesse d'exécution, capacité de stockage, capacité de traitement et vitesse, type de stockage... Les réseaux sont décrits par leurs fonctionnalités et les usages habituels de la profession. Les seuls aspects techniques utiles concernent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les débits et les risques de lenteur dus aux limites des réseaux - les choix de stockage de l'information et de sauvegarde (stockage déporté et « Cloud Computing ») <p>Il s'agit d'appréhender les règles basiques à suivre en matière informatique pour préserver l'activité de l'organisation dans laquelle on s'insère.</p> <p>La connaissance de la structuration des bases de données relationnelles doit permettre de mieux comprendre la logique des diverses requêtes et traitements réalisés par les outils professionnels utilisant des bases de données qui ne sont pas accessibles en dehors des traitements prévus par le système. La compétence visée n'est pas celle de création de bases de données relationnelles en dehors d'éventuels cas très simples dans les toutes petites structures mais de former des utilisateurs avertis.</p> <p>Ces outils permettent de suivre et analyser l'évolution de</p>

<p>d'information, logiciels et outils de veille informationnelle, logiciels de base documentaire</p> <p>Classement et archivage de l'information (gestion électronique de documents) : acquisition, classement et stockage</p>	<p>l'environnement de l'organisation.</p> <p>Il s'agit de faciliter le stockage numérique de l'information de façon sécurisée et adaptée.</p>
--	---

2. Bureautique et outils multimédias

Les interfaces et les objets (caractères, mots, page, texte, image, document) présentent des caractéristiques communes aux différentes familles de logiciels bureautiques. La formation à ces outils doit être la plus concrète possible et s'appuyer sur les pratiques professionnelles qui constitueront la base des applications proposées.

<p>Traitement de textes Tableur, grapheur</p> <p>Outils de gestion du temps type agenda électronique Outils de la gestion projet : tableau de bord, planning et ordonnancement de tâches</p> <p>Publication assistée par ordinateur (PAO) : éléments de base</p> <p>Présentation assistée par ordinateur (PREAO) : diaporama, animation et transition, mode manuel, mode automatique, retouche d'image</p>	<p>Il s'agit d'utiliser les fonctions essentielles de ces outils appréhendés dans l'enseignement secondaire (le Brevet Informatique et Internet lycée, B2i, sanctionne un niveau de compétence en terminale) dans le cadre d'une utilisation professionnelle.</p> <p>Ces outils permettent de faciliter le travail de gestion des projets, d'agencement des tâches, et de suivre les étapes de la prise de décision. Dans le cadre de cet enseignement la recherche d'un optimum n'est pas prévue.</p> <p>Les applications professionnelles sont nombreuses (tracts publicitaires, triptyques, carnet de voyage, carnet de route,...). Les compétences visées à ce niveau sont modestes et doivent permettre d'intervenir sur des maquettes existantes ou de produire des documents simples. Il s'agit d'identifier la notion de blocs et de maîtriser les principales actions : insertion d'images, de graphiques, de textes et de mise en page pour une publication.</p> <p>Devenue d'usage très fréquent dans le monde du tourisme, véritable auxiliaire de communication, la PREAO est abordée ici dans son usage le plus courant dans un contexte professionnel.</p>
--	---

3. Les outils de communication

Il s'agit de préciser les connaissances sous-jacentes et de créer des compétences professionnelles pour communiquer. Le niveau de technicité est celui d'un utilisateur averti et il faut développer la curiosité et la capacité à s'adapter aux évolutions futures. Les outils de communication doivent permettre à ceux qui assument des missions itinérantes de rester en relation avec leurs responsables et de pouvoir alerter à tous moment.

<p>Logiciels et outils de communication disponibles sur le web : messagerie, navigateurs, moteurs de recherche</p> <p>Les outils nomades et mobiles de communication</p> <p>Les logiciels de services réseau et services web :</p> <ul style="list-style-type: none"> - forum, blogs, wiki,... - réseaux sociaux, - plates-formes de travail collaboratif <p>Les sites Web : fonctionnement des sites, architecture, mise à jour de pages en utilisant les logiciels appropriés</p>	<p>Ces outils permettent aux futurs professionnels d'utiliser et d'exploiter les moyens de communication les mieux adaptés tout en ayant conscience des risques et limites de leur utilisation.</p> <p>Les TIC facilitent la pratique professionnelle d'accueil, d'animation et d'accompagnement au travers des outils nomades (outils personnels de communication pour rester en relation avec sa structure, téléchargements sur mobile pour documenter une visite, outils de guidage à distance). La veille technologique sur l'évolution de ces outils est indispensable.</p> <p>Les futurs professionnels du tourisme doivent connaître les modalités de fonctionnement des forums de discussion et suivre l'actualité sur les blogs et wiki les plus importants du secteur.</p> <p>Les réseaux sociaux sont des espaces où les entreprises sont de plus en plus présentes et il faut apprendre à les utiliser pour la veille et signaler sa présence professionnelle.</p> <p>Les compétences pour réaliser un travail collaboratif à distance doivent être développées quelque soit l'outil mis en œuvre.</p> <p>Les sites web se sont généralisés dans le secteur du tourisme pour collecter et diffuser l'information, et réaliser des transactions. La mise ligne des informations ou des pages se fait directement sur le site par les membres de l'organisation avec des interfaces facilitant de travail de mise à jour et de création.</p>
<p style="text-align: center;">4. Les outils professionnels de gestion</p> <p>L'objectif est de connaître les principales fonctionnalités des outils et de réaliser les opérations de base.</p> <p>Une connaissance plus approfondie peut venir des situations professionnelles rencontrées et sera valorisée dans le cadre du passeport de professionnalisation de l'étudiant.</p>	
<p>Les outils de la gestion de la relation client (GRC)</p> <p>Logiciels de traitement d'enquêtes</p>	<p>Il s'agit d'aborder ici les processus et outils permettant aux organisations touristiques d'augmenter la satisfaction de leurs clients par une meilleure connaissance de leurs attentes. Cette étude doit être menée en étroite relation avec l'unité « Gestion de la relation client ».</p> <p>Il s'agit de présenter les modalités de fonctionnement d'un logiciel de traitement d'enquêtes en se limitant à un échantillon de convenance. (les modalités de déroulement de l'enquête et l'élaboration du questionnaire sont étudiées en mercatique).</p>

5. La tourismatique

L'objectif est de connaître les principales fonctionnalités des outils utilisés en tourismatique, en particulier les GDS, et de réaliser les opérations de base.

Cet enseignement s'inscrit directement en lien avec ceux relevant de la gestion de la relation client.

Une connaissance plus approfondie sera développée dans le cadre de la spécialisation en deuxième année. Par ailleurs l'expérience et le développement de la pratique, en particulier au travers des périodes de stage, seront valorisés dans le cadre du passeport de professionnalisation.

<p>Les G.D.S</p> <p>Les serveurs des voyagistes, les sites professionnels</p> <p>Internet et les supports d'aide à la vente en ligne (ex : brochures électroniques, manuels de vente, e-learning, dossiers destinations de la presse spécialisée...)</p>	<p>Il s'agit de présenter différents outils de tourismatique d'aide à la vente et répondre aux questions du client sur : la préparation de son voyage (informations sur les pays, les aéroports, les formalités d'entrée,...), les moyens de transport envisageables pour se rendre sur la destination souhaitée (horaires, disponibilités,...), les tarifs....</p> <p>Les applications de base pourront être réalisées à partir de GDS air et/ou de GDS rail (voir les caractéristiques dans la partie approfondissement).</p>
--	---

Approfondissement (en 2nde année)

L'approfondissement des outils et des logiciels vus en première année est principalement lié à l'utilisation dans le contexte professionnel du candidat. Les grandes lignes des possibilités d'approfondissement sont évoquées mais sans constituer un parcours imposé. C'est le milieu professionnel avec lequel le candidat travaille et son parcours de professionnalisation qui guide le choix de l'approfondissement. En particulier, il n'y a pas de GDS imposé : les principes de fonctionnement peuvent être appréhendés sur toute plateforme professionnelle (Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan...).

Le passeport de professionnalisation du candidat apporte le témoignage du travail réalisé.

Dominante « Information et multimédia »

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
1. Les outils bureautiques et de communication	
<p>Traitement de textes : mode plan pour textes longs, feuilles de style, modèles</p> <p>Publipostage avec filtres ou conditions</p>	<p>Les axes d'approfondissement peuvent porter sur la gestion des documents pour améliorer la productivité (feuilles de style, modèles, ...), sur la forme du document ce qui rapproche de l'utilisation de la PAO ou sur la diffusion.</p>
<p>Tableur / grapheur : tableaux croisés dynamiques, base de données simples, modélisation et</p>	<p>Il s'agit d'exploiter les tableurs et les grapheurs pour réaliser certains traitements de données et de recherche de solutions.</p>

<p>solvateur, graphes personnalisés</p> <p>Logiciels et outils de communication disponibles sur le web : fonctions avancées messagerie (paramétrages avancés, filtrages), navigateurs (paramétrages avancés)</p> <p>Moteurs de recherche et recherche avancée : recherche avec critères multiples, utilisation de métamoteurs.</p> <p>Les outils nomades et mobiles de communication en relation avec la pratique professionnelle</p> <p>Les logiciels de services réseau et services web : - forum, blogs, wiki - réseaux sociaux, - plates-formes de travail collaboratif. - agrégateur, migrateur (gestion de plusieurs comptes de réseaux sociaux)</p> <p>Les sites Web, le système de gestion des contenus (SGC ou CMS) : - conception et mise à jour dynamique de site web ou d'applications multimédias - création d'un site modeste avec des outils de base - création de nouvelles pages dans une structure existante - gestion d'une partie de site ou d'applications multimédias</p> <p>PAO : - bases de la typographie : interlignage, césure, principaux principes typographiques... - retouches images : correction des défauts d'aspect, transformation de la photo, initiation au photomontage,... - manipulation de blocs : sélection et rotation, alignement,</p>	<p>L'utilisation des paramètres avancés doit permettre de travailler en autonomie dans un environnement réseau donné.</p> <p>Il s'agit ici d'utiliser les possibilités de recherche avancée afin de trouver des ressources disponibles sur le web.</p> <p>Les outils mobiles numériques permettent de documenter, guider des activités touristiques de natures diverses : - de participer à la mise en place de système de téléchargements sur mobiles pour documenter une visite ou d'outils de guidage à distance ; - d'assurer une veille technologique sur ces outils qui évoluent très rapidement.</p> <p>À partir de l'utilisation des outils et des logiciels disponibles, il s'agit de contribuer à faire connaître la structure touristique en contribuant aux échanges sur les outils de service web 2.0.</p> <p>Un SGC est un logiciel destiné à la conception et à la mise à jour dynamique de site web ou d'applications multimédias. Ce système permet à plusieurs individus de travailler ensemble sur un même document, de le mettre en ligne par exemple. Des logiciels simples sont disponibles sur le marché et sont utilisées de plus en plus dans le secteur du tourisme afin de contribuer à la vie du site de l'entreprise ou de l'organisation.</p> <p>Sans viser les compétences de spécialistes dans le domaine, il s'agit de mettre à jour et d'enrichir des publications existantes ou créer des documents simples.</p>
--	---

<p>duplication, ... - mise en page : grand principes</p> <p>PREAO : insertion de séquences son et vidéo, lien hypertexte, montage dynamique.</p> <p>Montage audio/ vidéo numérique Principe de montage vidéo simple, animation, transition, insertion bande son, narration, édition de la vidéo</p>	<p>La production d'une PREO plus riche se justifie notamment dans des situations commerciales telles que les outils de présentation dans des salons.</p> <p>Il s'agit ici de produire une vidéo simple pour un usage courant dans le milieu professionnel afin d'animer par exemple une manifestation commerciale dans le domaine du tourisme (salon, présentation de brochure, événements touristiques, exposition,...)</p>
<p>2. Les outils de géolocalisation : assistance au montage de produit</p>	
<p>Outil et logiciel de création d'itinéraire disponible sur le web GPS</p>	<p>Il s'agit d'initier à la technologie de la géolocalisation disponible sur le web ou grâce à des instruments nomades (Global Positioning System) associés à des logiciels pour le montage de produit touristique.</p> <p>Cette compétence permettra d'assister le professionnel, notamment pour la production d'itinéraires (estimation kilométrique, coût, durée, production de carte...)</p>

Dominante « Information et GDS »

L'enseignement de spécialisation fondé sur l'utilisation des GDS doit aborder, dans l'environnement ad hoc, les prestations aériennes, les prestations ferroviaires et les prestations hôtelières. Les situations professionnelles, simulées en classe et réelles en stage ou en alternance, devront permettre d'aborder les prestations **multimodales** : air + hôtel, rail + hôtel...

En outre, en fonction de l'équipement et de la stratégie de l'établissement de formation, des possibilités de stage et d'insertion des étudiants, des compétences de l'équipe pédagogique, il est envisageable d'élargir cette approche aux prestations de location de véhicules, aux prestations de croisière maritime ou de ferry, voire à la réservation et à l'émission de billets pour les spectacles ou manifestations d'envergure ou au contrat d'assurance associé à la prestation touristique.

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
<p>1. Les prestations aériennes</p>	
<p>Présentation du transport aérien</p> <p>Tarifcation aérienne nationale et internationale : éléments de base, conditions d'application du tarif, différenciation des tarifs en relation avec le « yield management »</p>	<p>Il s'agit de présenter les caractéristiques du transport aérien national et international (compagnies, aéroports, prestations).</p> <p>La connaissance du GDS « air » permet de trouver les réponses aux questions les plus couramment posées par les clients</p>

Recherche d'informations, création et modification du dossier client (Passenger Name Record)	en matière de transport aérien (disponibilités, horaires, prix, spécificités de la prestation) et de vendre une prestation de transport correspondant aux attentes du client.
Tarification d'un dossier	
Réservation	
2. Les prestations ferroviaires	
Présentation du transport ferroviaire	Il s'agit de connaître l'offre commerciale des transporteurs ferroviaires, en particulier la SNCF, et de proposer et vendre une prestation ferroviaire correspondant aux attentes du client.
Recherche d'informations, création et modification du dossier client (Passenger Name Record)	
Tarification d'un dossier en fonction des typologies de clientèles (affaires, adultes, jeunes, seniors...)	
3. Les prestations hôtelières	
Présentation des offres d'hébergement	Il s'agit de connaître l'offre d'hébergement hôtelier (catégories, classement, équipements) et de vendre des nuitées dans un établissement correspondant aux attentes du client.
Les différents accords de tarifs, modalités et procédures de réservation et de vente, modalités d'annulation, conditions d'accueil	
Établissement d'un dossier	
4. L'après-vente de la prestation	
Paiement et émission des titres de transport ou des bons d'hébergement	Il s'agit de dénouer l'offre acceptée par le client en tenant compte des aléas courants.
Annulation immédiate	
Remboursements, échanges	

Tableau croisé compétences et savoirs associés

Correspondance totale	Correspondance partielle	
-----------------------	--------------------------	--

- 1 – Culture générale et expression
- 2 – Communication en langues vivantes étrangères
- 3 – Gestion de la relation client
- 4 – Tourisme et territoire
- 5 – Cadre organisationnel et juridique des activités touristiques
- 6 – Mercatique et conception de prestation touristique
- 7 – Gestion de l'information touristique

Fonction 1 – Accueil, vente et suivi en langue française et en langue étrangère

Compétences générales	1	2	3	4	5	6	7
C1111 - Accueillir en langue française, en langue anglaise et dans une autre langue étrangère							
C1112 - Créer un climat propice à la relation et à la fidélisation							
C1113 - Mettre en place un espace d'attente et d'accueil							
C1114 - Mettre en valeur les offres promotionnelles							
C1115 - Mettre à disposition l'information touristique sous forme papier et numérique							
C1116 Animer et gérer des espaces spécifiques dédiés à l'attente (espace enfant, espace ludique, espace exposition, espace-conférence,...)							
C1121 - Déterminer le profil client à partir d'une ou plusieurs typologies notamment les clients à besoins spécifiques							
C1122 - Caractériser la demande du client							
C1123 - Repérer les comportements déviants							
C1124 - Réorienter s'il y a lieu tout en conservant une trace dans le système d'information							
C1125 – Mener une action de prospection							
C1211 - Pratiquer une écoute active du client							
C1212 - Utiliser les supports d'aide à la conduite de l'entretien de vente							
C1213 - Questionner le client pour analyser ses besoins et attentes							
C1214 - Reformuler les attentes du client							
C1221 - Utiliser ses connaissances sur les destinations et les territoires (pays étrangers et France)							
C1222 - Utiliser ses connaissances des différentes formes de tourisme							

C1223 - Trouver les informations complémentaires en consultant les sources appropriées							
C1224 - Consulter les bases de données professionnelles à l'aide des GDS							
C1225 - Exploiter l'information disponible sur les sites professionnels							
C1226 - Proposer une offre commerciale documentée							
C1227 - Argumenter la proposition « produit et prix »							
C1228 - Traiter les objections des clients et obtenir un accord provisoire							
C1229 - Proposer des services ou produits complémentaires (assurances, offres de crédits, services et produits accessoires)							
C1231 - Présenter les conditions générales et particulières de vente dans le cadre de la législation du tourisme							
C1232 - Compléter le contrat de vente de produits touristiques							
C1233 - Réserver les prestations touristiques avec l'utilisation éventuelle d'un GDS							
C1234 - Produire une facture							
C1235 - Encaisser le produit de la vente							
C1311 - Relancer le client en cas d'accord provisoire							
C1312 - Établir les documents de voyage (bons d'échange, billetterie, carnet de voyage...)							
C1313 - Analyser et traiter les réclamations							
C1314 - Assurer l'assistance-conseil notamment en cas d'évènements imprévus							

Fonction 2 – Accueil et accompagnement des touristes en langue française et en langues étrangères

Compétences générales	1	2	3	4	5	6	7
C2111 - Proposer des supports d'information							
C2112 - Installer une signalétique adaptée							
C2121 – Renseigner							
C2122 - Prendre en charge un groupe y compris des personnes à besoins spécifiques							
C2123 - Gérer les dysfonctionnements							
C2131 - Sélectionner les informations utiles							
C2132 - Traiter les questions et les objections des touristes							
C2133 - Utiliser le vocabulaire professionnel adapté							
C2211 - Recueillir les demandes immédiates des touristes							
C2212 - Gérer les flux de touristes sur les différentes activités							
C2213- Mobiliser les ressources disponibles en matériel							
C2214 - Adapter les activités							

C2215 - Gérer les aléas							
C2221 - Gérer les relations au sein du groupe de touristes							
C2222 - Créer un climat de confiance							
C2223 - Gérer les imprévus							
C2224 - Se conformer aux usages et les contraintes de la profession							
C2231 - Coordonner l'action des intervenants							
C2232 - Créer des relations de coopération au sein de l'équipe							
C2241 - Assurer les réservations auprès des prestataires et des partenaires							
C2242 - Collecter les pièces justificatives des opérations réalisées avec les prestataires							
C2243 - Établir les demandes d'autorisation							
C2244 - Accompagner les opérations d'embarquement et/ou de débarquement et les opérations d'enregistrement							
C2311 - Mesurer la satisfaction de la clientèle							
C2312 - Rédiger un bilan de la prestation							
C2321 - Formuler des propositions d'adaptation							
C2322 - Informer les services concernés							

Fonction 3 - Élaboration de l'offre touristique

Compétences générales	1	2	3	4	5	6	7
C 3111 - Repérer les tendances de la demande				■			
C 3112 – Établir des liens entre des événements d'ordre économique, juridique, sociologique, géopolitique et l'activité des organisations touristiques				■	■		
C3113 - Identifier les menaces et opportunités sur l'environnement de l'organisation					■	■	
C3114 - Identifier et comparer les produits concurrents					■		
C3115 - Repérer les offres existantes				■	■	■	
C3116 - Détecter les offres potentielles des partenaires					■	■	
C3121 - Recenser les informations sur le territoire concerné (géographiques, économiques, culturelles, patrimoniales, environnementales)				■	■		
C3122 – Réaliser un diagnostic du territoire				■			
C3123 - Préconiser des opérations en relation avec le diagnostic				■			
C3131 - Préparer les dossiers techniques (cahier des charges, appel d'offres)					■	■	
C3132 - Sélectionner les fournisseurs/prestataires						■	
C3133 - Négocier les composantes du produit (transport, hébergement, visites, assurances, services complémentaires...)						■	
C3134 - Assembler les prestations						■	
C3135 - Intégrer les formalités pratiques					■	■	
C3136 - Déterminer la programmation du produit touristique : tableau synoptique ou schématique						■	
C3137 - Rédiger le programme journalier détaillé						■	
C3141 - Analyser les paramètres de détermination du prix						■	
C3142 - Calculer le coût de revient						■	
C3143 - Déterminer la marge en fonction d'une politique commerciale						■	
C3144 - Proposer une grille tarifaire						■	
C3211 - Démarcher des partenaires, des prestataires ou des prescripteurs pour les associer à la promotion du produit						■	
C3212 - Travailler en réseau, mettre en place des actions de promotion communes						■	
C3213 - Proposer des actions de promotion						■	
C3214 - Définir un budget de communication						■	
C3215 - Sélectionner les supports de la communication et les lieux de diffusion adaptés						■	
C3221 - Mettre en place des actions de communication sur l'offre touristique						■	
C3222 - Participer à la mise en œuvre des différentes formes d'actions touristiques (organisation d'événement - manifestation, de foires et salons, « d'éductours », de bourses d'échange, de workshops...)						■	

C3223 - Suivre les relations avec les agences de communication							
C3224 - Formaliser les dossiers de partenariat							
C3225 - Contribuer à la rédaction des communiqués de presse							

Fonction 4 - Veille, traitement et partage de l'information touristique

Compétences générales	1	2	3	4	5	6	7
C4111 – Repérer les sources d'information stratégique							
C4112 - S'approprier les résultats d'une étude							
C4121 - Interroger les bases de données spécifiques de l'organisation							
C4122 - Rechercher de l'information à l'aide d'outils numériques							
C4123 - Sélectionner et croiser les informations							
C4131 - Maîtriser des GDS professionnels (air, rail ou autres) pour fournir l'information demandée							
C4211 - Appliquer les critères de tri, de sélection de données							
C4212 - Utiliser un logiciel de traitement d'enquêtes							
C4213 - Analyser les résultats suite au traitement de données							
C4214 - Produire une synthèse							
C4221 - Utiliser les outils de gestion de la relation client							
C4222 - Mesurer le degré de satisfaction client							
C4223 - Exploiter les observations des clients							
C4231 - Sélectionner la documentation à archiver							
C4232 - Mettre à jour les archives							
C4233 - Intégrer les principes du développement durable dans le stockage des informations							
C4241 – Élaborer des messages adaptés aux différentes cibles							
C4251 - Identifier les destinataires							
C4252 - Choisir les circuits d'information adaptés							
C4253 – Mettre à jour l'information sur les différents supports							
C4254 - Suivre la diffusion de l'information							
C4311 - Supprimer les informations obsolètes							
C4312 - Introduire les informations nouvelles							
C4321 - Gérer les sauvegardes							
C4322 - Appliquer les règles de confidentialité et les procédures d'accès au système d'information							

ANNEXE II
MODALITÉS D'ACQUISITION DE LA
PROFESSIONNALITÉ

I. LE STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL

1. Présentation générale

En confrontant l'étudiant aux spécificités et aux contraintes des métiers du tourisme, le stage est un élément fondamental de son parcours de professionnalisation. D'une durée de 12 semaines, il participe pleinement au développement des compétences professionnelles figurant dans le référentiel du BTS Tourisme et prépare l'insertion professionnelle visée.

La diversité et la qualité des situations professionnelles vécues et observées en périodes de stage reposent sur un engagement pédagogique de trois partenaires :

- **les organisations d'accueil** qui proposent au stagiaire des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme et l'accompagnent dans leur réalisation ;
- **l'étudiant** qui définit, avec le responsable de l'organisme d'accueil et l'équipe pédagogique, les objectifs et les contenus de ses missions, s'immerge dans des situations professionnelles réelles, rend compte des activités poursuivies et des résultats obtenus au travers de différents documents (voir infra) ;
- **l'équipe pédagogique de l'établissement de formation** qui encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences. Chaque stagiaire a un enseignant référent pour l'accompagnement de son stage.

Le profil des organisations susceptibles d'accueillir en stage des étudiants préparant le BTS Tourisme est spécifié dans le référentiel d'activités professionnelles.

Le choix du ou des lieux où vont se dérouler les différentes périodes du stage ainsi que la définition des tâches et missions à accomplir doivent être guidés par les opportunités spatiales et temporelles d'insertion, les caractéristiques de l'établissement de formation du stagiaire tant en matière de relations extérieures que d'accompagnement pédagogique, le ou les centres d'intérêt que souhaite approfondir l'étudiant. Cette forme de spécialisation conduit à privilégier plus particulièrement une fonction (parmi les quatre présentées dans le RAP) et/ou un secteur d'activités relevant du tourisme : éco-tourisme, tourisme d'affaires, croisières, tourisme social, stations de montagne, tourisme balnéaire, événementiel...

2. Objectifs du stage

Le stage est destiné à donner à l'étudiant une représentation concrète du milieu professionnel auquel il se destine, tout en lui permettant d'acquérir et d'éprouver les compétences professionnelles prévues par le référentiel. Il contribue au développement de son expérience professionnelle, en ciblant plus particulièrement une fonction et/ou un domaine d'activités touristiques, lui permettant ainsi d'alimenter son livret de professionnalisation (voir infra) à partir des situations réelles vécues ou observées et de conserver ainsi des traces pertinentes des observations, analyses et travaux réalisés dans ce cadre.

Il constitue un support privilégié pour :

- appréhender les caractéristiques économiques, juridiques, managériales et technologiques des situations rencontrées et en percevoir les enjeux ;
- se situer dans un environnement organisationnel et de gestion de l'information réel ;
- se construire une représentation du métier dans ses dimensions managériale, économique et culturelle ;
- acquérir et développer des attitudes et des comportements professionnels adaptés, en prenant en compte les contraintes s'exerçant dans chacune des activités réalisées.

3. Modalités

Le stage, d'une durée de 12 semaines, peut être découpé en deux ou trois périodes qui doivent, en tout état de cause, s'inscrire dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique de l'établissement de formation sur la durée du cycle de formation. Leur conception et leur accompagnement supposent une approche interdisciplinaire qui combine des savoirs et des savoir-faire issus de l'ensemble des enseignements décrits dans le référentiel.

Le stage peut se dérouler, partiellement ou totalement, dans un organisme d'accueil situé à l'étranger.

3.1 Voie scolaire

Les périodes de stage en milieu professionnel sont obligatoires pour les candidats scolaires relevant d'une préparation en présence ou à distance.

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels du tourisme. Ils sont accompagnés et contrôlés par l'équipe pédagogique qui en assure le suivi collectif et individuel en présence et à distance.

La recherche de la structure d'accueil pour le stage est assurée par l'étudiant, en tenant compte des indications et conseils prodigués par l'équipe pédagogique.

Chaque période de stage fait l'objet d'une convention entre l'établissement de formation de l'étudiant et la structure d'accueil. La convention est établie conformément aux dispositions du décret n°2006-1093 du 29 août 2006, modifié par le décret n°2010-956 du 25 août 2010, pris en application de l'article 9 de la loi n°2006-396 du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances. Si le stage se déroule à l'étranger, la convention pourra être adaptée pour tenir compte des contraintes imposées par la législation du pays d'accueil.

La convention de stage doit fixer notamment :

- les objectifs du stage libellés en termes de compétences à acquérir ou à approfondir ;
- les modalités prévues pour atteindre ces objectifs : responsabilités et missions confiées au stagiaire, informations et outils mis à disposition du stagiaire ;
- la durée, le calendrier et les horaires du stage ainsi que le (ou les) lieu(x) de son déroulement ;
- les modalités de couverture en matière d'accident du travail et de responsabilité civile ;
- les modalités de suivi du stagiaire par les professeurs de l'équipe pédagogique responsable de la formation d'une part et par le tuteur de la structure d'accueil d'autre part.

La présence du stagiaire dans l'organisme d'accueil est effective pendant toute la durée du stage, dans les conditions prévues par la convention.

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant stagiaire et non de salarié, sauf indication contraire du pays d'accueil pour un stage à l'étranger dont la législation impose ce statut.

Le tuteur, représentant de l'organisme d'accueil, accompagne l'étudiant stagiaire pour appréhender, mettre en œuvre et analyser les activités rencontrées durant le stage. Il aide l'étudiant à renseigner son livret de professionnalisation à partir des activités vécues ou observées.

En fin de stage, une attestation est remise au stagiaire par le responsable de l'organisme d'accueil. Elle précise les dates, la durée et le contenu du stage. Cette attestation de stage est conforme au modèle proposé par la circulaire nationale d'organisation de l'examen et respecte les modalités précisées par le recteur d'académie.

À l'issue de chaque période de stage, une séquence dans l'établissement de formation est réservée à la réalisation du bilan individuel des acquis du stage et à la mise à jour du livret de professionnalisation. Les rapports d'activité périodiques et les bilans intermédiaires réalisés à l'occasion des entretiens avec le tuteur et les professeurs de l'équipe pédagogique peuvent être intégrés dans ce livret.

3.2 Voie de l'apprentissage

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

Les activités effectuées au sein de l'organisme d'accueil doivent être en adéquation avec les exigences du référentiel.

3.3 Voie de la formation continue

a) Candidat en situation de première formation ou en situation de reconversion

La durée des stages est de 12 semaines à répartir sur la période de formation. 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.

La recherche de la structure d'accueil est assurée par l'étudiant avec l'aide de l'organisme de formation.

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

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 employé dans des activités représentatives du secteur du tourisme, telles qu'elles sont présentées dans le référentiel.

Ces activités doivent avoir été effectuées en qualité de salarié à temps plein 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 est remplacée par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

Les activités effectuées au sein de l'entreprise doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel et seront précisées en annexe des certificats de travail remis par l'employeur.

4. Situations particulières

4.1 Aménagement de la durée de stage

La durée obligatoire des stages peut être réduite, soit pour une raison de force majeure dûment constatée, soit, dans le cas d'aménagement de la formation, à une durée qui ne peut être inférieure à 8 semaines. Dans tous les cas, le candidat doit effectuer une demande de positionnement auprès du recteur d'académie. Le jury est informé de la situation du candidat.

La durée globale des stages peut être prolongée de deux semaines pendant les vacances scolaires. Dans le cas d'un prolongement sur la période de vacances scolaires, la convention de stage avec l'entreprise en précise les modalités, notamment celles relatives au suivi pédagogique et administratif, sous réserve du respect d'une période de quatre semaines consécutives de repos pendant les vacances d'été.

4.2 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 et d'évaluation portés par le jury, effectuer un nouveau stage.

Toutefois, les candidats scolaires redoublants doivent effectuer les stages prévus par leur établissement au cours de l'année du redoublement.

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

- soit leur contrat d'apprentissage initial prorogé d'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).

II. L'ÉTUDE PERSONNALISÉE ENCADRÉE

L'étude personnalisée encadrée contribue, tel que précisé dans le référentiel d'activités professionnelles du BTS Tourisme, à « développer et valoriser des compétences spécifiques liées à une orientation fonctionnelle ou sectorielle particulière ». Par exemple, le tourisme d'affaires, l'écotourisme, le tourisme de croisières fluviales ou maritimes, le thermalisme, le tourisme social, le tourisme balnéaire, le tourisme de montagne pour le sectoriel ; le guidage, la construction d'itinéraire de découverte, la création de portail Internet, l'accueil de personnes à besoin spécifique (handicapés, jeunes enfants...) pour le fonctionnel.

En prenant directement en compte la nécessaire adaptation aux évolutions des métiers du tourisme d'une part et les caractéristiques de l'environnement local dans lequel se situent la formation et l'expérience de terrain du candidat d'autre part, cette étude constitue une porte d'entrée dans le milieu professionnel en complément des autres éléments du parcours de professionnalisation.

L'objectif de l'étude est double :

- développer des compétences spécifiques propres au domaine sectoriel ou fonctionnel choisi par le candidat, en fonction du contexte dans lequel il a pu évoluer en tant que stagiaire ou professionnel et/ou vers lequel il souhaite évoluer, tout en consolidant les compétences génériques du diplôme ;
- prendre du recul sur la dimension technique des métiers du tourisme en replaçant les pratiques et les situations professionnelles observées ou vécues dans un contexte plus large d'évolution de l'environnement des activités touristiques (juridique, technologique, organisationnel ou économique).

Le sujet de l'étude peut être lié à une demande d'une structure privée ou publique œuvrant dans le secteur du tourisme ; dans ce cas, la réalisation de l'étude s'appuiera sur le cahier des charges fourni par ce commanditaire. Si la commande nécessite un travail de grande ampleur, l'étude globale peut être prise en charge par un groupe de personnes ; toutefois, la réalisation devra être segmentée pour permettre la production, par chacun des membres du groupe, d'une partie individualisée de l'étude.

Le candidat en centre de formation est encadré tout au long de la réalisation de l'étude par les membres de l'équipe pédagogique qui apportent, au cours des séquences prévues à cet

effet et de façon coordonnée, une aide méthodologique et scientifique. Cet accompagnement concerne plusieurs aspects, notamment :

- la définition de l'objet d'étude ;
- l'accès aux ressources et la sélection des informations pertinentes ;
- la construction d'une problématique d'étude et d'une démarche scientifiquement probante ;
- la mobilisation d'outils d'analyse et de traitement de l'information pertinents au regard de l'objectif à atteindre (par exemple logiciel de traitement d'enquêtes) ;
- l'approfondissement de savoirs et savoir faire propres au domaine étudié ;
- le contrôle de l'avancement des travaux ;
- la réalisation et la présentation d'un compte-rendu de l'étude.

La réalisation de l'étude vise à développer, chez l'étudiant, le sens de l'initiative et de la responsabilité, la capacité à gérer son temps et à organiser son travail (en tenant compte des contraintes de calendrier du commanditaire, de ses interlocuteurs extérieurs, et des autres membres de l'équipe le cas échéant), l'aptitude à rechercher des informations sectorielles, à tirer des enseignements de l'expérience et à les formaliser.

Elle donne lieu à la production d'un rapport structuré d'une quinzaine de pages (hors annexes), qui fait l'objet d'une soutenance dans l'épreuve E6, rendant compte :

- de la délimitation et de l'intérêt du sujet ;
- des méthodes de recherche, de sélection et de validation des informations ;
- des technologies mises en œuvre ;
- du calendrier des actions réalisées ;
- des conclusions de l'étude (environ 5 pages).

III. LE LIVRET DE PROFESSIONNALISATION

1. Présentation générale et objectifs

Le livret de professionnalisation recense l'ensemble des situations professionnelles rencontrées par le candidat au cours de sa formation et de ses périodes d'insertion professionnelle dans des organisations touristiques, lui ayant permis d'acquérir les compétences professionnelles prévues au référentiel.

Ce document, sur support numérique ou sur support papier, permet de décrire et d'analyser les situations vécues en précisant les compétences et productions associées.

Ce livret a une double finalité :

- pour les étudiants et les enseignants, il sert de support au positionnement en début et en fin de formation et d'outil de suivi de l'acquisition progressive de compétences au travers d'expériences professionnelles, réelles ou simulées, rencontrées au cours du cycle de formation ;
- pour l'évaluateur, il fournit une base d'appréciation de la qualité et de la cohérence du parcours de professionnalisation du candidat.

Ainsi, le livret de professionnalisation accompagne l'étudiant tout au long de son parcours de formation :

- en début de formation, il est un **outil de positionnement** pour mesurer le niveau initial de maîtrise des compétences inscrites dans le référentiel ;
- en cours de formation, il est un **outil de suivi** des progrès de l'étudiant qui le renseigne régulièrement à partir des situations qu'il rencontre en entreprise ou en formation. Ces situations sont ensuite exploitées par les formateurs notamment dans

le cadre de l'atelier de professionnalisation (voir infra). Il est un **guide pour l'enseignant** afin de construire une offre pédagogique différenciée ;

- en fin de formation, il est un **support d'évaluation** lors des épreuves E3, E5 et E6 ;
- après la formation, il est une **composante du CV** de l'étudiant pour justifier de la construction effective des compétences. A ce titre il peut être utilisé dans le cadre d'une recherche d'emploi.

2. Modalités de mise en œuvre

Le livret de professionnalisation est renseigné tout au long de sa formation par l'étudiant qui enregistre les situations qu'il rencontre en précisant le contexte de la situation, les tâches ou travaux réalisés, les compétences acquises en se référant explicitement à la description faite dans le référentiel du diplôme.

La réalité des éléments décrits est attestée par les membres de l'équipe pédagogique dans le cadre de l'atelier de professionnalisation (voir infra) et, pour les situations rencontrées en période d'immersion professionnelle du candidat, par le (ou les) tuteurs(s) de stage, le maître d'apprentissage ou le responsable hiérarchique selon le cas.

Le document doit permettre de mesurer le degré de maîtrise des compétences visées dans l'exercice des quatre fonctions emblématiques du référentiel :

- accueil, vente, suivi de la clientèle en langue française et en langues étrangères ;
- accueil, animation et accompagnement des touristes ;
- élaboration de l'offre touristique ;
- veille, traitement et partage de l'information touristique.

Une compétence est considérée acquise lorsque l'étudiant est capable de la transposer dans une autre situation de travail similaire ou proche, en mobilisant les connaissances, les savoirs et les ressources matérielles ou humaines appropriées.

Le livret de professionnalisation doit être conforme au modèle fourni par la circulaire nationale d'organisation. Il se présente sous la forme d'un tableau numérique à renseigner, fourni via une application informatique téléchargeable.

IV. L'ATELIER DE PROFESSIONNALISATION

1. Présentation générale et objectifs

L'atelier de professionnalisation est un espace pédagogique privilégié pour d'une part, développer la dimension transversale de la professionnalité et d'autre part, renforcer des compétences professionnelles spécifiques liées à la nature de la spécialisation choisie par l'étudiant dans le cadre de son parcours de professionnalisation.

Il implique la collaboration de plusieurs enseignants travaillant de façon coordonnée et, pour une partie de l'horaire consacré à l'atelier, de façon simultanée. Sont concernés, à des degrés divers, tous les enseignants impliqués dans la formation, en fonction des thématiques traitées. Le croisement des regards disciplinaires sur des situations réelles ou simulées donne davantage de sens aux différents champs de savoirs abordés dans les différentes unités. C'est l'occasion d'intégrer dans un contexte professionnel donné des compétences qui sont construites par ailleurs.

L'atelier de professionnalisation vise un triple objectif :

- permettre de mobiliser **de façon intégrée et transversale** les compétences et

savoirs associés décrits dans l'annexe I en référence aux quatre fonctions emblématiques du diplôme, au travers de situations professionnelles simulées ou réelles ;

- approfondir un ensemble de compétences génériques en privilégiant, dans la réflexion et dans l'action, certaines situations professionnelles en lien direct avec la **spécialisation fonctionnelle et/ou sectorielle** choisi par l'étudiant (ou un groupe d'étudiants). Cette spécialisation est défini en fonction : des capacités intrinsèques et des centres d'intérêt de l'étudiant ou du groupe d'étudiants concernés ; de l'environnement pédagogique (orientations choisies par l'équipe pédagogique et l'équipe de direction de l'établissement ; équipement en matériels et en logiciels) ; du réseau relationnel tissé par de l'établissement avec le monde professionnel du tourisme ;
- **suivre, et infléchir si nécessaire, l'évolution de l'étudiant dans son parcours de professionnalisation** ; les séquences en atelier sont l'occasion de faire le point, de façon individuelle et collective, sur le livret de professionnalisation (décrit supra) et les périodes d'immersion en milieu professionnel (stage ou alternance). La présence simultanée d'enseignants de différentes disciplines permet de partager et d'éclairer les points de vue sur la maîtrise de compétences croisées, par exemple celles liées à la vente de prestations touristiques à une clientèle d'affaires en langue étrangère dans un environnement technologique donné. C'est par l'effort de réflexion sur le sens et contenu des situations rencontrées et des démarches suivies que l'étudiant développe la professionnalité attendue.

2. Modalités de mise en œuvre

L'organisation de l'atelier de professionnalisation est laissée à l'initiative de l'établissement de formation, en fonction du public accueilli, des ressources matérielles et humaines disponibles et de l'orientation choisie en termes de projet pédagogique pour la section.

La direction de l'établissement en concertation avec l'équipe pédagogique intervenant dans le BTS Tourisme définit les périodes et les modalités d'intervention des enseignants en respectant les volumes horaires précisés en annexe II. Il est toutefois souhaitable que les séquences consacrées aux ateliers soient bien identifiées et banalisées sur une demi-journée dans la semaine.

ANNEXE III - GRILLE HORAIRE

HORAIRE EN FORMATION INITIALE SOUS STATUT SCOLAIRE

Enseignements	Horaire hebdomadaire élève 1 ^{ère} année	Horaire hebdomadaire élève 2 ^{nde} année	Horaire global élève sur deux ans
Enseignements obligatoires	Total (div+1/2 div)	Total (div+1/2 div)	
Culture générale et expression	2 (2 + 0)	2 (2 + 0)	120
Communication en langue vivante étrangère			
- langue A : anglais	3 (2 + 1)	3 (2 + 1)	180
- langue B (1)	3 (2 + 1)	3 (2 + 1)	180
Gestion de la relation client	4 (2 +2)	4 (2 +2)	240
Élaboration de l'offre touristique			
- tourisme et territoire	4 (3 + 1)	4 (3 + 1)	240
- cadre organisationnel et juridique des activités touristiques	2 (2 + 0)	2 (2 + 0)	120
- mercatique et conception de prestation touristique	5 (4 + 1)	5 (4 + 1)	300
Gestion de l'information touristique			
- tronc commun première année			
- dominante « information et multimédias »	4 (1 + 3)	3 (0 + 3)	210
- dominante « information et touristique »		3 (0 + 3)	210
Parcours de professionnalisation			
- étude personnalisée encadrée	1 (0 + 1)	1 (0 + 1)	60
- atelier de professionnalisation (2)	3 (1 + 2)	4 (1 + 3)	210
- stage			12 semaines
TOTAL	31 (19 + 12)	31 (19 + 12)	
Accès des étudiants aux ressources informatiques et documentaires de l'établissement	4	4	
Enseignements facultatifs			
Langue vivante étrangère (3)	2	2	

(1) Les langues vivantes concernées sont, au choix du candidat, une des langues suivantes : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.

(2) 2 h élèves hebdomadaires d'ateliers de professionnalisation sont en co-enseignement (soit 4 h professeurs).

(3) La langue vivante étrangère facultative est obligatoirement différente de l'anglais et de la langue B.

ANNEXE IV

REGLEMENT D'EXAMEN

RÈGLEMENT D'EXAMEN

Intitulés et coefficients des épreuves et des unités			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités		Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités	Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle	
Épreuves	Unité	Coef	Forme	Durée	Forme	Forme ponctuelle	Durée
E1 – Culture générale et expression	U1	2	écrite	4 h	3 situations d'évaluation	Écrite	4 h
E2 – Communication en langues vivantes étrangères : - LVE A : anglais - LVE B (1)	U21	2	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale	30 minutes
	U22	2	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale	30 minutes
E3 – Gestion de la relation client	U3	2,5	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale	30 minutes
E4 – Élaboration de l'offre touristique : - tourisme et territoire - production d'une prestation touristique	U41	2,5	écrite	3 h	écrite	Écrite	3 h
	U42	4	écrite	4 h	écrite	Écrite	4 h
E5 – Gestion de l'information touristique	U5	2,5	CCF	2 situations d'évaluation	2 situations d'évaluation	Orale et pratique	40 minutes
E6 – Parcours de professionnalisation	U6	2,5	orale	40 minutes	1 situation d'évaluation	Orale	40 minutes
EF1 – Langue vivante (2)	UF1		Orale	20 minutes*	Orale	Orale	20 minutes

(1) Les langues vivantes concernées sont, au choix du candidat, une des langues suivantes : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.

(2) La langue vivante étrangère facultative est obligatoirement différente des langues A et B.

* + 20 minutes de préparation

ANNEXE V

DÉFINITION DES ÉPREUVES

Épreuve E1 (U 1) : Culture générale et expression

(Coefficient 4)

1. Objectif de l'épreuve

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

L'évaluation a donc pour but de vérifier les capacités du candidat à :

- tirer parti des documents lus dans l'année et de la réflexion menée en cours ;
- rendre compte d'une culture acquise en cours de formation ;
- apprécier un message ou une situation ;
- communiquer par écrit ou oralement ;
- appréhender un message ;
- réaliser un message.

(cf. annexe III de l'arrêté du 17 janvier 2005 – BO n° 7 du 17 février 2005.)

1. Formes de l'évaluation

2.1 - Forme ponctuelle

Épreuve écrite, durée 4 h

On propose trois à quatre documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) choisis en référence à l'un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS. Chacun d'eux est daté et situé dans son contexte.

Première partie : synthèse (notée sur 40)

Le candidat rédige une synthèse objective en confrontant les documents fournis.

Deuxième partie : écriture personnelle (notée sur 20)

Le candidat répond de façon argumentée à une question relative aux documents proposés. La question posée invite à confronter les documents proposés en synthèse et les études de documents menée dans l'année en cours de "Culture générale et expression".

La note globale est ramenée à une note sur 20 points.

(cf. annexe III de l'arrêté du 17 janvier 2005 – BO n° 7 du 17 février 2005.)

2.2 - Contrôle en cours de formation

L'unité de "Culture générale et expression" est constituée de trois situations d'évaluation. Les deux premières, de poids identiques, sont relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à appréhender et à réaliser un message écrit.

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 ;
 - 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, cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments, équilibre des parties, densité du propos, efficacité du message).
- c) Exemple de situation :

Réalisation d'une synthèse de documents à partir de 2 à 3 documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) dont chacun est daté et situé dans son contexte. Ces documents font référence au deuxième thème du programme de la deuxième année de STS.

Cette situation est notée sur 20 points. La note globale est ramenée à une note sur 20.

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) Compétences à évaluer :
 - Respecter les contraintes de la langue écrite ;
 - Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture.

c) Exemple de situation :

À partir d'un dossier donné à lire dans les jours qui précèdent la situation d'évaluation et composé de 2 à 3 documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.), reliés par une problématique explicite en référence à un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS et dont chaque document est daté et situé dans son contexte, rédaction d'une réponse argumentée à une question portant sur la problématique du dossier.

Cette situation est notée sur 20 points. La note globale est ramenée à une note sur 20.

Troisième situation d'évaluation (intégrée à l'épreuve E6 : Conduite de chantier) :

- 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'objectifs 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

La capacité du candidat à communiquer oralement est évaluée au moment de la soutenance du rapport de stage.

La note correspondant à cette présentation reste attachée à la sous - épreuve Suivi de chantier (Unité 61) comme l'indique le point 4 de la définition de cette sous - épreuve.

Épreuve E2 : Communication en langues vivantes étrangères

(Coefficient 4)

LVE A : U21

LVE B : U22

Objectifs

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à maîtriser les éléments fondamentaux de la communication en anglais et dans une autre langue dans le cadre des situations de gestion de la relation client décrites dans les fonctions 1 et 2, en faisant appel, en tant que de besoin, aux ressources technologique et numérique de l'environnement professionnel.

Cette épreuve a pour but d'évaluer, en référence aux éléments décrits dans le référentiel de certification :

- les connaissances et compétences langagières générales ;
- les compétences langagières appliquées au domaine professionnel (relation client dans le cadre des activités touristiques) ;
- les connaissances et compétences culturelles et interculturelles.

L'épreuve est composée de deux sous-épreuves : U21 en anglais (coefficient 2) et U22 dans une autre langue étrangère (coefficient 2), dite langue B, choisie par le candidat dans la liste suivante : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.

Modalités d'évaluation

Contrôle en cours de formation (anglais et langue B)

Cette forme d'évaluation donne lieu à deux situations d'évaluation en anglais (U21) et deux situations d'évaluation dans une autre langue étrangère (U22).

Deux premières situations (une en anglais et une dans une autre langue étrangère) ont lieu dans le deuxième semestre de la formation. Les deux autres situations ont lieu dans le quatrième semestre de la formation. Le professeur évaluateur organise la séquence d'évaluation au moment où il juge que l'étudiant est prêt. Les notes obtenues ne sont pas communiquées à l'étudiant et aucun rattrapage n'est prévu.

Chacune des deux évaluations a le même poids dans la note finale de chaque sous-épreuve.

Ces situations d'évaluation visent à apprécier la capacité des candidats au BTS tourisme à effectuer, à destination de clients ou touristes étrangers, en leur présence ou à distance, des tâches et des gestes professionnels requérant un niveau suffisant de pratique de l'anglais et d'une autre langue étrangère.

Le niveau minimal exigible est fixé :

- au niveau B1 du CECRL pour la première situation d'évaluation organisée pendant le deuxième semestre de la formation ;
- au niveau B2 du CECRL pour la deuxième situation d'évaluation organisée pendant le quatrième semestre de la formation.

Chacune des deux situations d'évaluation dans chacune des langues poursuit des objectifs identiques et se déroule selon le même schéma.

Documents supports et temps de préparation

L'étudiant se voit remettre un ensemble de documents sur la base desquels il doit réaliser **deux tâches à caractère professionnel**.

Complémentaires par leur thème ou par la situation professionnelle dans laquelle elles se situent, ces tâches doivent mobiliser :

- la compétence d'expression écrite ou de traduction/adaptation en français d'un document en langue étrangère (ou, à l'inverse, de la traduction/adaptation en langue étrangère d'un document en langue française) pour la première tâche ;
- la compétence d'expression orale en continu pour la seconde tâche.

Pour ce qui est de la compétence de production écrite, la tâche à réaliser peut consister à préparer un compte rendu en français d'un document en langue étrangère (ou un compte rendu en langue étrangère d'un document en français), à répondre à un courrier, à traduire ou adapter une notice, un programme, etc.

Pour ce qui est de la compétence d'expression orale en continu, la tâche à réaliser consiste à présenter et expliquer à des clients et touristes étrangers un programme de visite ou d'excursion, à donner des indications d'orientation (à partir d'un plan, par exemple), à expliquer un système de prestations, à présenter (brièvement et dans ses grandes lignes) la biographie d'un personnage célèbre ou d'une grande figure historique, à raconter une légende, à retracer l'origine et l'historique d'un site, d'un monument, à évoquer une œuvre d'art, une coutume, etc.

Le temps de préparation est laissé à l'initiative du professeur évaluateur (de l'ordre de 60 minutes). Le travail à effectuer pendant le temps de préparation mobilise, quant à lui, aussi bien les compétences de compréhension de l'écrit que celles de compréhension de l'oral, les documents pouvant être mis à la disposition de l'étudiant sur support papier et / ou sous forme numérique (sur poste informatique, ordinateur portable, tablette numérique ou baladeur MP3/MP4). Ces documents, qu'il s'agisse de documents étrangers ou de documents français (devant être adaptés pour des clients ou touristes étrangers) doivent être authentiques. Ils seront de genres variés : programme de visite ou d'excursion, prospectus de présentation d'un site ou d'un établissement, notice descriptive, extrait d'article de presse, extrait de roman, extrait de film documentaire ou promotionnel, extrait de guide touristique, interview, reportage radiophonique.

Situation d'évaluation proprement dite (20 minutes)

Dans un premier temps, le professeur évaluateur prend connaissance du document écrit réalisé par l'étudiant en réponse à la consigne donnée pour la première tâche. En français, il invite l'étudiant à commenter, justifier ou confirmer les options qu'il a prises.

Dans un deuxième temps, l'étudiant effectue, en anglais / autre langue étrangère, la seconde tâche pour laquelle il s'est préparé, le professeur jouant le rôle du client ou touriste étranger auquel s'adressent les explications, le guidage, la présentation de prestation(s), le récit, etc.

Dans un troisième temps, le professeur prend appui sur les deux premières parties de la situation d'évaluation pour engager avec l'étudiant, en anglais / autre langue étrangère, un échange dont l'objet est d'évaluer les compétences de l'étudiant dans le domaine de l'expression orale en interaction. Dans le dialogue ainsi engagé, le professeur peut amener l'étudiant à s'exprimer sur son expérience personnelle en matière de découverte et fréquentation des cultures étrangères.

Épreuve ponctuelle orale (anglais et langue B)

Documents supports et temps de préparation (60 minutes)

Le candidat se voit remettre un ensemble de documents sur la base desquels il doit réaliser **deux tâches à caractère professionnel**.

Complémentaires par leur thème ou par la situation professionnelle dans laquelle elles se situent, ces tâches doivent mobiliser :

- la compétence d'expression écrite ou de traduction/adaptation en français d'un document en langue étrangère (ou, à l'inverse, de la traduction/adaptation en langue étrangère d'un document en langue française) pour la première tâche ;

- la compétence d'expression orale en continu pour la seconde tâche.

Pour ce qui est de la compétence de production écrite, la tâche à réaliser peut consister à préparer un compte rendu en français d'un document en langue étrangère (ou un compte rendu en langue étrangère d'un document en français), à répondre à un courrier, à traduire ou adapter une notice, un programme, etc.

Pour ce qui est de la compétence d'expression orale en continu, la tâche à réaliser consiste à présenter et expliquer à des clients et touristes étrangers un programme de visite ou d'excursion, à donner des indications d'orientation (à partir d'un plan, par exemple), à expliquer un système de prestations, à présenter (brièvement et dans ses grandes lignes) la biographie d'un personnage célèbre ou d'une grande figure historique, à raconter une légende, à retracer l'origine et l'historique d'un site, d'un monument, à évoquer une œuvre d'art, une coutume, etc.

Le temps de préparation est de 60 minutes. Le travail à effectuer pendant le temps de préparation mobilise, quant à lui, aussi bien les compétences de compréhension de l'écrit que celles de compréhension de l'oral, les documents pouvant être mis à la disposition du candidat sur support papier et / ou sous forme numérique (sur poste informatique, ordinateur portable, tablette numérique ou baladeur MP3/MP4). Ces documents, qu'il s'agisse de documents étrangers ou de documents français (devant être adaptés pour des clients ou touristes étrangers) doivent être authentiques. Ils seront de genres variés : programme de visite ou d'excursion, prospectus de présentation d'un site ou d'un établissement, notice descriptive, extrait d'article de presse, extrait de roman, extrait de film documentaire ou promotionnel, extrait de guide touristique, interview, reportage radiophonique.

Situation d'évaluation proprement dite (30 minutes)

Dans un premier temps, l'examineur prend connaissance du document écrit réalisé par le candidat en réponse à la consigne donnée pour la première tâche. En français, il invite le candidat à commenter, justifier ou confirmer les options qu'il a prises.

Dans un deuxième temps, le candidat effectue, en anglais / autre langue étrangère, la seconde tâche pour laquelle il s'est préparé, l'examineur jouant le rôle du client ou touriste étranger auquel s'adressent les explications, le guidage, la présentation de prestation(s), le récit, etc.

Dans un troisième temps, l'examineur prend appui sur les deux premières parties de la situation d'évaluation pour engager avec le candidat, en anglais / autre langue étrangère, un échange dont l'objet est d'évaluer les compétences du candidat dans le domaine de l'expression orale en interaction. Dans le dialogue ainsi engagé, l'examineur peut amener le candidat à s'exprimer sur son expérience personnelle en matière de découverte et fréquentation des cultures étrangères.

Épreuve E3 (U 3) : Gestion de la relation client

(Coefficient 2,5)

Objectifs

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à maîtriser les éléments fondamentaux de la communication en langue française dans le cadre des situations de gestion de la relation client décrites dans les fonctions 1 et 2, en prenant en compte le contexte managérial et en faisant appel aux ressources technologique et numérique de l'environnement professionnel.

Cette épreuve a pour but d'évaluer les capacités du candidat à :

- analyser une situation de gestion de la relation client dans des contextes professionnels touristiques (vente d'une prestation d'une part, accueil et accompagnement d'autre part) pour mobiliser les savoir-faire et savoir-être adaptés en matière de communication commerciale ;
- de cerner de façon précise la demande d'un client/touriste afin de proposer des solutions argumentées ;
- d'utiliser efficacement les ressources professionnelles à sa disposition (documentations, supports numériques, touristique).

Modalités d'évaluation

Contrôle en cours de formation

L'épreuve comporte deux situations d'évaluation à répartir sur le cycle de formation.

Première situation d'évaluation (40% de la note finale)

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- trois fiches descriptives relatives à trois situations de relation client réelles ou simulées, vécues ou observées, par le candidat ; le candidat doit présenter au moins une situation correspondant aux activités emblématiques de chacune des deux fonctions de référence F1 et F2 (la troisième situation présentée par le candidat peut se rapporter, au choix du candidat, soit à la fonction 1, soit à la fonction 2) ;
- les ressources documentaires, numériques et non numériques, utilisées et sélectionnées par le candidat ;
- l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées aux fonctions 1 et 2.

Ce dossier est mis à la disposition du professeur évaluateur dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par le professeur évaluateur avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée totale 15 mn)

Dans une première phase (5 minutes), le candidat présente les situations professionnelles choisies.

Dans une seconde phase (10 minutes) le professeur évaluateur questionne le candidat sur une ou plusieurs des situations présentées pour évaluer le degré de maîtrise des compétences relatives aux fonctions 1 et 2. Le professeur évaluateur peut demander une manipulation à partir d'un poste de travail. Il remplit la fiche d'évaluation conforme à celle préconisée dans la circulaire nationale d'organisation du diplôme et y reporte la note correspondant à cette première évaluation. Cette note ne doit pas être donnée au candidat.

Deuxième situation d'évaluation (60% de la note finale)

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- deux fiches descriptives correspondant à deux situations de relation client vécues ou observées par le candidat, une correspondant à la fonction F1 et l'autre correspondant à la fonction F2, dont au moins une réelle (liée à un stage, une période en alternance ou une expérience professionnelle) ; les deux situations présentées lors de cette seconde évaluation doivent obligatoirement être différentes de celles présentées lors la première évaluation ;
- les ressources documentaires, numériques et non numériques, utilisées et sélectionnées par le candidat ;
- l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées aux fonctions 1 et 2.

Ce dossier est mis à la disposition de la commission d'évaluation dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge de l'unité « Gestion de la relation client » et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée totale 20 mn)

Dans une première phase (5 minutes), le candidat présente les situations professionnelles choisies et répond au x demandes de précision des interrogateurs.

Dans une deuxième phase (15 minutes), le candidat et l'un des membres de la commission procèdent à la simulation d'une nouvelle situation de communication de relation client en prenant appui sur la situation initiale et après en avoir modifié certains paramètres. La commission peut demander une manipulation à partir d'un poste de travail.

À l'issue de la simulation, la commission procède à un entretien permettant l'analyse par le candidat de l'efficacité de sa communication professionnelle.

Cette situation d'évaluation peut se dérouler dans l'établissement de formation ou dans l'organisation qui accueille le stagiaire ou l'alternant.

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Ils ne doivent pas communiquer au candidat la note attribuée.

L'établissement de formation adresse au jury, pour une date limite fixée par les autorités académiques, une proposition de note pour chaque candidat. En appui de celle-ci, il doit tenir à la disposition du jury et de l'autorité rectorale pour la session considérée et conserver jusqu'à la session suivante les fiches d'évaluation des deux situations d'évaluation. La proposition de note qui sera arrêtée par le jury final ne doit en aucun cas être communiquée au candidat.

Épreuve ponctuelle orale

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- quatre fiches descriptives relatives à quatre situations de relation client vécues ou observées par le candidat, dont au moins une réelle ; le candidat doit présenter deux situations correspondant aux activités emblématiques de chacune des deux fonctions de référence F1 et F2 ;
- les ressources documentaires, numériques et non numériques, utilisées et sélectionnées par le candidat ;
- l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées aux fonctions 1 et 2.

Ce dossier est mis à la disposition de la commission d'interrogation dans des conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge de

l'unité « Gestion de la relation client » et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission d'évaluation avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée 30 mn maximum)

Le déroulement de l'épreuve comporte trois phases.

Dans une première phase (5 minutes), le candidat présente les situations professionnelles choisies et répond au x demandes de précision des interrogateurs.

Dans une deuxième phase (15 minutes), le candidat et l'un des membres de la commission procèdent à la simulation d'une nouvelle situation de communication de relation client en prenant appui sur la situation initiale et après en avoir modifié certains paramètres. La commission peut demander une manipulation à partir d'un poste de travail.

À l'issue de la simulation, la commission procède à un entretien permettant l'analyse par le candidat de l'efficacité de sa communication professionnelle.

Dans une troisième phase (10 minutes), l'entretien est élargi aux autres situations présentées par le candidat pour évaluer le degré de maîtrise des compétences relatives aux fonctions 1 et 2.

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Ils ne doivent pas communiquer au candidat la note attribuée.

Épreuve E4 : Elaboration de l'offre touristique

(Coefficient 6,5)

Objectifs

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à construire une offre touristique qui correspond à une demande identifiée en prenant en compte les contraintes et opportunités de l'environnement territorial dans lequel l'offre s'inscrit (prise en compte de paramètres régionaux, nationaux ou internationaux d'ordre culturel, géographique, économique, juridique et managérial).

L'épreuve, qui est fondée sur les situations professionnelles et les compétences associées à la fonction 3, est composée de deux sous-épreuves : U41 « Tourisme et territoire » qui correspond à la phase amont dans le processus d'élaboration de l'offre touristique et U42 « Production d'une prestation touristique » qui correspond à la phase aval dans le processus d'élaboration de l'offre touristique.

En U41, l'angle d'approche privilégié est l'espace (territoire ou destination) alors qu'en U42, la démarche se focalise sur l'organisation qui peut produire et diffuser la prestation.

U 41 – Tourisme et territoire

Épreuve ponctuelle écrite (durée 3 heures)

L'épreuve prend appui sur un dossier fournissant un ensemble d'informations non hiérarchisées, de différentes natures (textes, cartes, tableaux, schémas, images...), portant sur les caractéristiques sociales, géopolitiques et géoéconomiques d'un espace donné et/ou d'une activité touristique donnée.

Le questionnement qui accompagne le dossier support vise à évaluer les capacités suivantes :

- utiliser de façon pertinente des connaissances historiques, géographiques, économiques et patrimoniales ;
- trier, classer et hiérarchiser les informations liées à une activité touristique et/ou un territoire, pour en faire une présentation claire, scientifiquement exacte et à portée professionnelle ; des représentations sous forme de graphique ou de croquis peuvent être demandées ;
- saisir et articuler les éléments sociaux, géopolitiques et géoéconomiques qui influent sur les activités touristiques ;
- identifier et justifier les atouts d'un territoire ou d'une activité touristique ;
- analyser les spécificités et les contraintes imposées aux acteurs du tourisme pour mettre en valeur ce territoire ou cette destination ;
- faire des propositions argumentées de prestations touristiques en rapport avec le diagnostic établi.

U42 – Production d'une prestation touristique

Épreuve ponctuelle écrite (durée 4 heures)

L'épreuve revêt la forme d'une étude de cas concrète et prend appui sur un dossier qui fournit les données de contexte dans lequel s'inscrit la production d'une prestation touristique.

Le candidat peut être amené à :

- analyser le marché et les attentes des clients par rapport à une offre touristique donnée ;
- repérer les acteurs concernés et leur degré d'implication ;
- proposer les stratégies envisageables par le prestataire pour concevoir et diffuser la prestation étudiée ;
- élaborer un plan de marchéage ;

- présenter, organiser et commenter étapes du montage de produit proposé en respectant, le cas échéant un cahier des charges fourni et en intégrant les contraintes juridiques, financières et organisationnelles qui pèsent sur l'organisation qui propose la prestation ;
- proposer ou appliquer des critères d'évaluation de la prestation (en termes de satisfaction de la demande ou d'équilibre financier de l'opération).

Le questionnement qui accompagne le dossier support vise à évaluer les capacités :

- d'analyse d'un environnement dans ses différentes composantes ;
- de sélection des données et des outils pertinents pour répondre à la problématique posée ;
- de rigueur dans la démarche ;
- de cohérence dans la proposition.

Épreuve E5 (U 5) : Gestion de l'information touristique

(Coefficient 2,5)

Objectifs

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à maîtriser les principaux outils, logiciels et démarches permettant d'assurer la collecte, le traitement et l'édition de l'information touristique, en référence avec les situations professionnelles et les compétences associées à la fonction 4.

Cette épreuve a pour but d'évaluer les capacités du candidat à :

- à présenter de manière synthétique ses productions et de recourir avec efficacité et pertinence à des méthodes et outils adaptés ;
- à exploiter les possibilités offertes par les technologies informatiques dans le cadre des compétences et savoirs associés de l'unité de certification ;
- à mettre en œuvre ses compétences techniques dans un contexte prédéfini ;
- à s'auto-former et à utiliser les aides des produits utilisés.

Le candidat peut choisir la dominante « information et multimédia » ou la dominante « information et touristique ».

Modalités d'évaluation

Contrôle en cours de formation

L'épreuve comporte deux situations d'évaluation :

- la première au cours du deuxième semestre de la première année de formation qui s'appuie sur les éléments présentés dans le tronc commun, et donc indépendante de la spécialisation choisie pour la deuxième année ;
- la seconde au cours du deuxième semestre de la deuxième année et dont le contenu est différencié suivant la spécialisation choisie.

Première situation d'évaluation (50% de la note finale)

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- trois productions de natures différentes, se référant au programme du tronc commun de l'unité « Gestion du traitement de l'information », et réalisées à partir de situations professionnelles réelles ou simulées ;
- l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées à la fonction 4.

Ce dossier est mis à la disposition du professeur évaluateur dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par le professeur évaluateur avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée totale 20 mn)

Dans une première phase (5 minutes), le candidat présente les productions réalisées en indiquant l'environnement technologique et la finalité de chacune des productions.

Dans une seconde phase (15 minutes) le professeur évaluateur questionne le candidat sur une ou plusieurs des productions présentées pour évaluer le degré de maîtrise des compétences relatives aux éléments du tronc commun et le degré d'autonomie du candidat par rapport aux outils mobilisés. Le professeur évaluateur peut demander une démonstration sur l'équipement adapté dans son centre de formation.

Il remplit la fiche d'évaluation conforme à celle préconisée dans la circulaire nationale d'organisation du diplôme et y reporte la note correspondant à cette première évaluation. Cette note ne doit pas être donnée au candidat.

Deuxième situation d'évaluation (50% de la note finale)

Cas de la dominante « information et multimédia »

L'épreuve prend appui sur une production réalisée par le candidat au cours de la deuxième année en rapport avec le programme de la spécialisation « information et multimédia » et son parcours de professionnalisation. Le candidat fournit également l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées à la fonction 4.

La production et l'extrait du livret sont mis à la disposition de la commission d'évaluation dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge de « information et multimédia » et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée totale 20 mn)

Dans une première phase (5 minutes), le candidat présente la production personnelle réalisée en précisant les objectifs de sa réalisation, la méthodologie de mise en œuvre et le contexte dans lequel elle s'est réalisée.

Dans une deuxième phase, la commission interroge le candidat pendant 15 min sur sa réalisation pour évaluer sa capacité d'adaptation à d'autres contextes professionnels ou technologiques, son niveau de spécialisation, son degré d'autonomie. Le candidat doit être en mesure de répondre aux sollicitations et au questionnement de la commission sur l'équipement adapté.

Cette situation d'évaluation peut se dérouler dans l'établissement de formation ou dans l'organisation qui accueille le stagiaire ou l'alternant.

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Ils ne doivent pas communiquer au candidat la note attribuée.

L'établissement de formation adresse au jury, pour une date limite fixée par les autorités académiques, une proposition de note pour chaque candidat. En appui de celle-ci, il doit tenir à la disposition du jury et de l'autorité rectorale pour la session considérée et conserver jusqu'à la session suivante les fiches d'évaluation des deux situations d'évaluation. La proposition de note qui sera arrêtée par le jury final ne doit en aucun cas être communiquée au candidat.

Cas de la dominante « information et touristique »

Cette épreuve prend appui sur une simulation de production de titres et/ou de documents de transport et/ou d'hébergement faisant appel à l'utilisation de la touristique. Cette situation simulée proposée par la commission d'évaluation sera limitée au cadre des savoirs associés de l'unité de certification U4 : gestion de l'information touristique et de la spécialisation touristique. La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge de la « information et touristique » et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité. Le candidat fournit également à la commission l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées à la fonction 4.

Déroulement de l'épreuve (durée totale 20 mn)

Dans une première phase (10 minutes), le candidat utilise devant la commission d'interrogation, les outils qu'il juge pertinent pour répondre à une simulation proposée de production de titres et/ou de documents de transport et/ou d'hébergement faisant appel à l'utilisation de la touristique.

Dans une deuxième phase (10 minutes), un entretien avec le candidat permet de faire le point sur les solutions proposées et d'apprécier sa capacité à gérer des dossiers-clients, à argumenter, à contrôler sa production et à délivrer des titres et des documents conformes aux règles de la profession.

Cette situation d'évaluation peut se dérouler dans l'établissement de formation ou dans l'organisation qui accueille le stagiaire ou l'alternant.

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Ils ne doivent pas communiquer au candidat la note attribuée.

L'établissement de formation adresse au jury, pour une date limite fixée par les autorités académiques, une proposition de note pour chaque candidat. En appui de celle-ci, il doit tenir à la disposition du jury et de l'autorité rectorale pour la session considérée et conserver jusqu'à la session suivante les fiches d'évaluation des deux situations d'évaluation. La proposition de note qui sera arrêtée par le jury final ne doit en aucun cas être communiquée au candidat.

Épreuve orale et pratique ponctuelle

Cas de la dominante « information et multimédia »

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- trois productions de natures différentes, se référant au programme du tronc commun de l'unité « Gestion du traitement de l'information », et réalisées à partir de situations professionnelles réelles ou simulées ;
- une production réalisée par le candidat en rapport avec le programme de la spécialisation « information et multimédia » et son parcours de professionnalisation ;
- l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées à la fonction 4.

Ce dossier est mis à la disposition de la commission d'interrogation dans des conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge de « information et multimédia » et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission d'évaluation avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée 40 mn maximum)

Dans une première phase (10 minutes), le candidat présente l'ensemble des productions réalisées en précisant, pour chacune des productions, les objectifs poursuivis, la méthodologie de mise en œuvre et le contexte dans lequel elles ont été réalisées.

Dans une deuxième phase (30 minutes), la commission interroge le candidat sur une ou deux réalisations proposées pour évaluer sa capacité d'adaptation à d'autres contextes professionnels ou technologiques, son niveau de spécialisation, son degré d'autonomie. Le candidat doit être en mesure de répondre aux sollicitations et au questionnement de la commission sur l'équipement disponible dans le centre d'interrogation.

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Ils ne doivent pas communiquer au candidat la note attribuée.

Cas de la dominante « information et touristique »

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- trois productions de natures différentes, se référant au programme du tronc commun de l'unité « Gestion du traitement de l'information », et réalisées à partir de situations professionnelles réelles ou simulées ;
- l'extrait du livret de professionnalisation en lien avec les compétences associées à la fonction 4.

Ce dossier est mis à la disposition de la commission d'interrogation dans des conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge de l'unité « information et touristique » et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par la commission d'évaluation avant l'interrogation. En cas de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut pas être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme non validé, la mention NV est reportée sur le bordereau de notation.

Déroulement de l'épreuve (durée 40 mn maximum)

Dans une première phase (10 minutes), le candidat présente à la commission d'évaluation l'ensemble des productions réalisées en précisant, pour chacune des productions, les objectifs poursuivis, la méthodologie de mise en œuvre et le contexte dans lequel elles ont été réalisées.

Dans une deuxième phase (20 minutes), le candidat utilise devant la commission d'interrogation, les outils qu'il juge pertinent pour répondre à une simulation proposée de production de titres et/ou de documents de transport et/ou d'hébergement faisant appel à l'utilisation de la touristique dans le contexte technologique du centre d'interrogation.

Dans une troisième phase (10 minutes), un entretien avec le candidat permet de faire le point sur les solutions proposées et d'apprécier sa capacité à gérer des dossiers-clients, à argumenter, à contrôler sa production et à délivrer des titres et des documents conformes aux règles de la profession.

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Ils ne doivent pas communiquer au candidat la note attribuée.

Épreuve E6 (U 6) : Parcours de professionnalisation

(Coefficient 2,5)

Objectif

L'objectif visé par cette épreuve est de vérifier l'aptitude du candidat à construire son parcours de professionnalisation.

Cette épreuve doit permettre d'évaluer les capacités du candidat, en référence à l'ensemble des situations professionnelles décrites pour chacune des quatre fonctions dans le référentiel de certification, à :

- prendre des décisions et mettre en œuvre des solutions adaptées dans le cadre de différentes situations professionnelles ;
- s'organiser, agir et travailler avec les principaux partenaires du secteur du tourisme ;
- communiquer en face à face, argumenter, convaincre ;
- caractériser les spécificités et apporter un regard critique sur les évolutions du secteur d'activités touristiques choisi pour sa spécialisation.

Modalités d'évaluation

Épreuve ponctuelle orale

Documents supports

L'interrogation s'appuie sur deux documents supports :

- le rapport écrit issu de l'étude personnalisée (décrite dans l'annexe 2) ; il s'agit d'un texte structuré, d'une quinzaine de pages, rédigé entièrement par le candidat (en langue française) et présentant l'objectif, le contexte et les résultats de son étude. Le document peut être complété par les annexes nécessaires pour éclairer le contenu du rapport ;
- le livret de professionnalisation (décrit dans l'annexe 2).

Ces documents sont mis à la disposition de la commission d'évaluation, préalablement à l'entretien d'évaluation, selon les modalités fixées par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'évaluation est composée d'un professeur intervenant dans l'atelier de professionnalisation et d'un professeur en charge du suivi de l'étude personnalisée encadrée. Les membres de la commission d'évaluation ne doivent pas avoir été partie prenante dans la formation du candidat.

Déroulement de l'épreuve (40 minutes maximum)

L'épreuve débute par une présentation (15 minutes maximum) par le candidat :

- de son parcours de professionnalisation d'une part ;
- des principales conclusions de son étude.

Durant cette phase, le candidat ne peut être interrompu. Il peut utiliser les supports de communication précisés dans la circulaire d'organisation.

Dans une seconde phase (25 minutes), la commission s'entretient avec le candidat afin que celui-ci puisse expliciter les activités réalisées au cours de l'ensemble du cycle de formation, en particulier lors du stage ou lors des périodes en immersion professionnelle d'une part, et répondre aux observations formulées par la commission d'interrogation sur l'étude d'autre part.

La finalité de l'entretien pour la commission d'interrogation est de :

- de vérifier, par sondage, le degré de maîtrise des compétences revendiquées par le candidat dans le livret de professionnalisation ;

- d'apprécier le degré de cohérence et la pertinence de la spécialisation choisie par le candidat en examinant le lien entre le contenu de l'étude, le choix de la spécialisation en « Gestion de l'information touristique », le ou les lieux d'accueil pour les périodes d'immersion professionnelle (stage, alternance...) et les activités réalisées sur l'ensemble du parcours.

La commission évalue le candidat en s'appuyant sur la grille d'aide à l'évaluation fournie par la circulaire nationale d'organisation.

Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation orale conduite dans les mêmes conditions que l'épreuve ponctuelle. Cette situation est placée au cours du deuxième semestre de la deuxième année.

La commission d'évaluation est composée d'un professeur intervenant dans l'atelier de professionnalisation et d'un professeur en charge du suivi de l'étude personnalisée encadrée.

La commission évalue le candidat en s'appuyant sur la grille d'aide à l'évaluation fournie par la circulaire nationale d'organisation.

L'établissement de formation adresse au jury, pour une date limite fixée par les autorités académiques, une proposition de note pour chaque candidat. En appui de celle-ci, il doit tenir à la disposition du jury et de l'autorité rectorale pour la session considérée et conserver jusqu'à la session suivante la fiche d'évaluation de la situation d'évaluation. La proposition de note qui sera arrêtée par le jury final ne doit en aucun cas être communiquée au candidat.

ANNEXE VI
TABLEAUX DE CORRESPONDANCE ENTRE LES
EPREUVES ET LES UNITES

Brevet de technicien supérieur Ventes et productions touristiques (arrêté du 13 septembre 2001)		Brevet de technicien supérieur de Tourisme défini par le présent arrêté	
E1 Français	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 Communication en langues vivantes étrangères Langue vivante étrangère A	U21	E2 Communication en langues vivantes étrangères Langue vivante étrangère B	U22
E2 Communication en langues vivantes étrangères Anglais	U22	E2 Communication en langues vivantes étrangères Anglais	U21
E3 Géographie et histoire des civilisations	U3	E3 Elaboration de l'offre touristique : - tourisme et territoire	U41
E4 Economie et droit appliqués au tourisme	U4	E4 Elaboration de l'offre touristique : - production d'une prestation touristique	U42
E5 Etude des marchés et des produits et touristiques	U5	E4 Elaboration de l'offre touristique : - production d'une prestation touristique	U42
E6 Conduite et présentation d'actions professionnelles	U61+U62	E3 Gestion de la relation client E6 Parcours de professionnalisation	U3+U6

Brevet de technicien supérieur Animation et gestion touristiques locales (arrêté du 13 septembre 2001)		Brevet de technicien supérieur de Tourisme défini par le présent arrêté	
E1 Français	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 Communication en langues vivantes étrangères Langue vivante étrangère A	U21	E2 Communication en langues vivantes étrangères Langue vivante étrangère B	U22
E2 Communication en langues vivantes étrangères Anglais	U22	E2 Communication en langues vivantes étrangères Anglais	U21
E3 Analyse de l'espace territorial	U3	E4 Elaboration de l'offre touristique : -tourisme et territoire	U41
E4 Economie et droit appliqués au tourisme	U4	E4 Elaboration de l'offre touristique : -production d'une prestation touristique	U42
E5 Etude de situation touristique	U5	E4 Elaboration de l'offre touristique : -production d'une prestation touristique	U42
E6 Conduite et présentation d'activités professionnelles	U6	E3 Gestion de la relation client E6 Parcours de professionnalisation	U3+U6