

Royaume du Maroc



Ministère de l'Éducation Nationale
de l'Enseignement Supérieur
de la Formation des Cadres
et de la Recherche Scientifique

شهادة التقني العالي Brevet de Technicien Supérieur

التدبير السياحي Management Touristique

مرجع التكوين Référentiel de Formation

Septembre 2010



Ministère de l'Éducation Nationale de l'Enseignement Supérieur
de la Formation des Cadres et de la Recherche Scientifique

Siège Central du Ministère Bab Rouah- Rabat Tél : 0537 68 72 16 | Fax : 0537 77 20 43



Ensemble
pour l'école de la réussite

Royaume du Maroc



Ministère de l'Éducation Nationale
de l'Enseignement Supérieur
de la Formation des Cadres
et de la Recherche Scientifique

شهادة التقني العالي Brevet de Technicien Supérieur

التدبير السياحي Management Touristique

مرجع التكوين Référentiel de Formation

Septembre 2010



Ministère de l'Éducation Nationale de l'Enseignement Supérieur
de la Formation des Cadres et de la Recherche Scientifique

Siège Central du Ministère Bab Rouah- Rabat Tél : 0537 68 72 16 | Fax : 0537 77 20 43



TABLE DES MATIERES

PREAMBULE	04
INTRODUCTION	06
PREMIERE PARTIE : RAPPORT DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES (RAP)	07
I – APPELLATION	08
II – CHAMP D’ACTIVITE	08
III– DESCRIPTION DES ACTIVITES	10
DEUXIEME PARTIE : RAPPORT DE CERTIFICATION (REC)	20
I - LES COMPETENCES	21
II - LES SAVOIRS ASSOCIES	27
III - LES UNITES CONSTITUTIVES	67
TROISIEME PARTIE : GUIDE D ACCOMPAGNEMENT PEDAGOGIQUE (GAP)	70
I- PRESENTATION GENERAL DU REFERENTIEL	71
II- ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS	71
III- CERTIFICATION	72
IV- EQUIPEMENT DE LA FILIERE	73
V- FORMATION DES ENSEIGNANTS	73
VI- RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS	73
VII- REPARTITION DES TABLEAUX DE SERVICES	74
VIII- RECOMMANDATIONS PEDAGOGIQUES CONCERNANT LES SAVOIRS	77
IX- STAGES EN ENTREPRISE	77
ANNEXES	80

PREAMBULE

La création des filières de formation de courte durée pour l'obtention de Brevet de Technicien Supérieur (BTS) par le ministère de l'éducation nationale en 1992 a un double objectifs:

- Répondre aux besoins de l'économie nationale en cadres moyens.
- Permettre aux bacheliers de l'enseignement technique, essentiellement, de poursuivre des études supérieures professionnalisantes et spécialisées.

Au cours de la dernière décennie, d'autres filières, répondant aux nouveaux besoins de l'économie nationale et ouvertes aux autres bacheliers, ont été créées, notamment en l'an 2000. Le nombre de filières est ainsi passé de huit en 1992 à 27 actuellement, couvrant les principaux secteurs et sous-secteurs économiques : industriel, commercial, TIC, bâtiment, arts et tourisme et loisir.

Les centres abritant ce type de formation se sont multipliés pour couvrir toutes les régions du Maroc. Nanties équipement et , les deux ENSET ont été les premières à ouvrir des filières préparant au BTS aujourd'hui 38 centres, dont 29 lycées et 5 centres privés, abritent ce type de formation.

Le nombre d'étudiants, inscrits dans les différentes filières, est passé d'environ 400 en 93-94 à 2758 à la rentrée scolaire 2009-2010.

Certes, la trajectoire retraçant l'évolution de BTS au Maroc rappelée ci-dessus, est la plus convenable à l'implantation et au développement d'un nouveau système de formation qui a fait son histoire et s'est imposé comme formation de choix dans un autre environnement qui lui était favorable; cependant le contexte social et économique Marocain connaît actuellement une dynamique sans précédent ,il est en train de changer en profondeur; le système de formation doit s'y adapter .

Ce dernier a été réformé à tous les niveaux :primaire ,secondaire collégial et qualifiant ,et universitaire .Les filières techniques qui représentent 70% du vivier de recrutement pour le BTS ont connu un changement substantiel en matière de structure ,de contenus et d'approches .L'enseignement supérieur ,auquel pourraient accéder les lauréats des filières de BTS , a adopté depuis 2003 -2004 le système LMD caractérisé par les modules.

Par ailleurs, et afin de dynamiser son économie , le Maroc a lancé de grands chantiers structurants : INDH, plans sectoriels de développement : plan Azur 2010, le Maroc vert ,le Pacte National pour l'Emergence Industriel (PNEI) et les Métiers Mondiaux du Maroc (3M)qu'il est appelé à développer notamment dans les domaines de l' Offshoring, l'automobile l'électronique et l'aérospatial ,aussi le renforcement de l'infrastructure autoroutière, ferroviaire et portuaire, aménagement de nouvelles zones franches et les Plateformes Industrielle Intégrées (P2I).

Pour intégrer les réformes opérées au niveau des systèmes d'éducation et de formation d'une part ,et accompagner , d'autre part ,les chantiers ouverts ,qui généreront non seulement des centaines de milliers d'emploi et de besoin en managers, en ingénieurs et essentiellement en

techniciens ,mais aussi des dizaines de nouveaux métiers dans les domaines de l'offshoring ,de l'aéronautique de l'automobile ,de l'électronique du bâtiment du tourisme ...une adaptation des filières s'impose d'urgence .Les contenus des filières doivent permettre l'intégration de toutes ces nouveautés. De surcroit, l'offre doit se développer afin de soutenir l'offre générale des autres systèmes similaires de formation en l'occurrence les EST et les ISTA.

C'est dans ce cadre que la refonte des référentiels de quelques filières du Brevet de Technicien Supérieur qui a été lancée en novembre 2007 va être étendue aux autres filières.

Prenant en considération le contexte relaté ci-dessus , les référentiels de formation ont été révisés ,et seront élaborés ,pour les nouvelles créations, selon l'Approche Par Compétences (APC) , s'agissant de formations à forte connotation professionnelle , laquelle approche est la mieux indiquée pour l'élaboration des référentiels s'agissant de formations à forte connotation professionnelle. , laquelle approche est la mieux indiquée pour l'élaboration des référentiels .En effet , avant de définir le référentiel de certification (compétences et savoirs associés et modalité d'évaluation) , une analyse des situations de travail (AST) ainsi que la concertation et la contribution de personnes ressources , représentant les parties prenantes ,notamment les représentants des entreprises potentielles, est nécessaire pour définir le référentiel des tâches et des métiers , appelé dans le jargon des spécialistes (RAP).

Afin d'assurer l'uniformité des contenus et garantir le caractère national du diplôme, la révision ou l'élaboration de ce référentiel a été faite par les représentants des centres de formation, supervisée par les coordonnateurs nationaux et administrée par les services centraux ayant en charge le dossier BTS.

En fin, je tiens à rendre hommage aux enseignantes et enseignants ,directeurs de centres ,coordonnateurs nationaux ,à nos cadres et responsables et à toute autre personne ayant participé à l'élaboration de ce référentiel pour la rigueur scientifique et pédagogique dont ils ont fait preuve et pour la qualité du produit ,qui sans doute participera à l'amélioration de la formation.

INTRODUCTION

Le référentiel présenté ci-après s'inscrit dans l'action de rénovation des formations en Brevet de Technicien Supérieur (BTS) dispensées aux différents centres de formation; entamée par le ministère de l'éducation nationale et de l'enseignement supérieur et de la formation des cadres, au niveau de la filière BTS Tourisme et Loisirs. Il est le fruit des travaux de l'équipe des enseignements représentant les différents centres de formation de BTS Tourisme et Loisirs dans tout le territoire marocains.

La mise au point d'un référentiel national de certification du diplôme dispensé en BTS Tourisme et Loisirs, s'assigne comme finalité la corrélation de la formation en fonction des paramètres professionnels issus de l'adhésion des opérateurs et des partenaires externes. Le référentiel met en interaction 3 volets :

- Le référentiel des activités professionnelles (*RAP*) : support de communication, il fixe le positionnement professionnel de référence du diplôme.
- Le référentiel de certification du domaine professionnel (*RC*) : présente les modalités de certification dans une situation d'évaluation de la formation acquise
- Le guide d'accompagnement pédagogique (*GAP*) : décrit les modalités d'enseignement ; les équipements et les évaluations.

La référence aux activités professionnelles, pièce angulaire de la rénovation, définit le profil du diplôme certifié et renvoie au plan pédagogique, à la démarche et aux concepts de l'approche par les compétences. La définition du profil du diplôme s'appuie sur la description des activités professionnelles, enchaînées et agencées en des fonctions d'action de structure transversale. La mise en œuvre des tâches exercées dans une fonction exige des compétences techniques ou professionnelles, des aptitudes, des capacités générales et des qualités personnelles, qui ensemble forment le domaine de certification du diplôme.

La mobilisation des compétences déclinées par fonctions, requiert des savoirs et savoir-faire reliés de façon transversale aux différentes fonctions. La construction du diplôme émane d'une approche pluridisciplinaire des savoirs enseignés qui privilégient les concepts de fonctions, d'activités et de compétences. L'enseignement des savoirs professionnels ou technologiques est accompagné au fil des deux années de formation. La validation du diplôme est assurée aux termes d'un dispositif de certification qui combine l'évaluation formative en cours de formation (contrôle continu) et une évaluation sommative en fin de deuxième année (épreuves écrites et pratiques).

Référentiel des Activités Professionnelles (RAP)

I- APPELLATION DU DIPLÔME

BTS "*Management Touristique*"

II- CHAMP D'ACTIVITÉ

1. **Définition**

Le titulaire de BTS "*Management Touristique*", est un professionnel poly compétent qui intervient dans le processus de **Gestion** d'une structure touristique et de **Vente** des produits Touristiques.

Dans ce cadre, le titulaire du BTS «*Management Touristique*» remplit les missions suivantes:

- Elaboration et conception de produits touristiques (Circuits touristiques, manifestations touristiques, séminaires, documentation touristique... etc.).
- Commercialisation des produits touristiques (Hébergement, séjour, voyages organisés, titre de transport, etc.).
- Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation et Contrôle financier de l'unité touristique.

2. **Contexte**

professionnel: 2.1.

Emplois concernés:

Les métiers visés sont très variés: le lauréat de ce BTS peut les exercer soit en tant que collaborateur ou en tant que gestionnaire de sa propre boîte.

En règle générale, la carrière se base sur des fonctions de gestion d'une structure touristique et de Vente des produits touristiques. Ce qui permet l'accessibilité à des fonctions de manager d'une équipe et/ou d'une petite unité touristique.

Niveau A : Responsabilité et prise de décision.

- Responsable d'une petite unité touristique.
- Responsable d'une équipe au sein d'une unité touristique. - Concepteur- organisateur de produits touristique

Niveau B: Assistance.

- Assistant du responsable ou manager d'un établissement hôtelier (Hôtel, Maison d'Hôtes, Auberge, gîte...).
- Assistant du chef de productions touristiques (Agence de voyage, autocariste, Agence de transport, TO...).
- Assistant du promoteur d'évènements (festivals, colloques, séminaires..).

Niveau C: Opérationnel.

- Personnel chargé de gestion comptable des structures touristiques.
- Personnel chargé de contrôle de gestion des structures touristiques.
- Personnel chargé de gestion financière des structures touristiques.

- Personnel chargé d'information, d'accueil et de commercialisation (réservation, vente, ...).
- Agent de documentation, d'information et d'orientation touristique.

2.2. Types d'organisations et d'entreprises:

Le titulaire de ce BTS exerce ses fonctions principalement dans toute structure d'activités touristiques essentiellement dans:

- Un établissement hôtelier
- Une agence de voyage.
- Une compagnie de transport (aérienne, maritime, ferroviaire, routière).
- Une agence d'organisation d'événements, de manifestations touristiques.
- Une structure locale, départementale ou régionale du tourisme (délégation du tourisme, syndicat, chambre du commerce...).
- Une agence de commerce électronique.

2.3. Place dans les organisations:

Selon la nature et la taille de l'organisation touristique et en fonction de l'implication du titulaire de ce BTS, de sa formation continue et du regard des qualités personnelles, il peut exercer son activité:

- Sous l'autorité et l'encadrement d'un dirigeant dans le cadre d'une équipe ou d'une unité touristique à gestion fortement intégrée.
- En large autonomie lorsqu'il est responsable d'une unité ou d'une équipe touristique

2.4. Environnement technique et économique de l'emploi:

2.4.1 Emergence de nouveaux modes de gestion en relation avec les nouvelles exigences du touriste.

D'une part, les activités touristiques nécessitent l'utilisation constante d'outils de traitement de l'information et de la communication. Les prestataires touristiques ont construit des systèmes de réservation et de distribution qui doivent être mis en œuvre avec efficacité, rapidité et économie, ce qui implique une connaissance précise des langages de transaction et des techniques de gestion et de commercialisation.

Et d'autre part, le consommateur de produits touristiques est devenu plus exigeant, son comportement vis-à-vis des prestations servies s'est transformé. La fonction touristique est appelée à évoluer et à se développer et à prendre en compte le client dans sa diversité socioculturelle autant qu'individuelle.

2.4.2 Développement des services et produits touristiques.

La mondialisation et la recherche de nouveaux produits touristiques induisent une grande diversité dans les services proposés par les opérateurs touristiques:

- Les offres touristiques intègrent en plus des services de base, des services périphériques associés comme moyen d'attraction et de marketing.
- Le comportement des professionnels au contact de la clientèle doit évoluer vers une attitude de services accomplis; c'est-à-dire développer des compétences relationnelles, être disponible et s'impliquer fortement au service du client.
- L'entreprise touristique doit faciliter l'accès du client à des services et produits de plus en plus diversifiés et spécifiques.

2.5. Conditions générales d'exercice.

L'activité du titulaire du BTS management touristique s'exerce auprès de la clientèle actuelle et potentielle de l'entreprise. Elle varie en fonction des structures, des missions et des statuts de l'organisation qui l'emploie, fondés sur la maîtrise des techniques de gestion et de vente de produits touristiques.

Le titulaire du BTS '*Management Touristique*', utilise ses compétences en communication et en gestion dans son activité courante.

Par son comportement professionnel, le titulaire BTS «*Management Touristique*» contribue à la valorisation de l'image de son entreprise.

La diversité des publics auxquels il s'adresse le conduit à maîtriser au moins deux langues étrangères.

De par l'environnement professionnel, le respect de la législation, des règles et de déontologie sont exigés dans l'activité professionnelle.

III- Description des activités professionnelles

3.1- Définition des fonctions

Le titulaire du BTS "*Management Touristique*", intervient dans les fonctions suivantes:

- Elaboration et conception de produits touristiques.
- Commercialisation de produits touristiques.
- Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation et Contrôle financier de l'unité touristique.
- Gestion et animation d'une équipe au sein d'une unité touristique

Fonctions	
Elaboration et conception de produits touristiques	F1
Commercialisation de Produits Touristiques et Conseils	F2
Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation et Contrôle Financier de l'unité touristique	F3
Gestion et animation d'une équipe au sein d'une unité touristique	F4

3.2- Répartition des fonctions en tâches

F1	Elaboration et conception de produits touristiques	
T1.1	Etudier l'unité touristique et son environnement	A
T1.2	Etudier la faisabilité du lancement des produits touristiques	A
T1.3	Concevoir les différents éléments composant l'offre de l'établissement touristique	A

F2	Commercialisation de Produits Touristiques et Conseils	
T2.1	Préparer et mettre en œuvre la prospection de la clientèle potentielle	A
T2.2	Mettre en œuvre des moyens de commercialisation:	A
T2.3	Effectuer la négociation commerciale avec les partenaires	A
T2.4	Assurer le suivi des opérations commerciales	A
T2.5	Mettre en place les actions de fidélisation	A

F3	Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation et Contrôle Financier de l'unité touristique	
T3.1	Gestion comptable des opérations courantes	A
T3.2	Tenir la comptabilité de gestion de l'unité touristique.	A
T3.3	Participer au contrôle des opérations d'exploitation de l'unité touristique	P
T3.4	Participer au contrôle financier de l'unité touristique.	P

F4	Gestion et animation d'une équipe au sein d'une unité touristique	
T4.1	Piloter les activités de l'équipe	A
T4.2	Evaluer la performance de l'équipe	A
T4.3	Gestion du personnel	P

3.3 : Explication des tâches

FONCTION 1 Elaboration et conception de produits touristiques	
T1.1 / Etudier l'unité touristique et son environnement:	<ul style="list-style-type: none">- Etudier l'environnement économique, juridique et social, politique, technologique, etc..- Veiller aux influences de l'environnement international- Etudier l'offre de produits touristique (concurrence, distribution, etc..)- Etudier la demande (profils de la clientèle, étude des besoins et des attentes, ...).- Etudier les forces et les faiblesses de l'établissement touristique (moyens financiers, techniques et humains, etc.,...).
T1.2 / Etudier la faisabilité du lancement des produits touristiques:	<ul style="list-style-type: none">- Mener une étude de faisabilité commerciale cohérente avec les analyses précédentes.- Elaborer une étude économique et financière performante du produit touristique.- Réaliser une étude technique fiable et rigoureuse du produit touristique.
T1.3 / Concevoir les différents éléments composant l'offre de l'établissement touristique:	<ul style="list-style-type: none">- Décrire et analyser de l'offre globale du produit touristique.- Déterminer la politique de prix.- Choisir la politique de distribution.- Déterminer la politique de communication.
CONDITIONS D'EXERCICE	
Moyens et ressources	
Données et informations disponibles:	
<ul style="list-style-type: none">• Informations économiques, juridiques et sociales.• Etudes de marché.• Etudes de satisfaction.• Analyse du secteur.• Fichiers prospects et clients.• Informations sur les produits, services associés et conditions commerciales.• Objectifs commerciaux – organisation et procédures internes.	
Équipements:	
Toute technologie d'information et de communication permettant le traitement, la transmission et le stockage des informations.	

Liaisons fonctionnelles

Relation interne: avec tout acteur de la relation client en fonction du mode d'organisation et du degré d'intégration de la fonction touristique dans l'entreprise

Relation externes: avec tout agent économique ayant une influence sur l'activité touristique (fournisseurs – clients – et autres partenaires ...).

Autonomie et responsabilité

Son niveau d'autonomie est fonction de la taille de l'entreprise, de sa culture, du secteur d'activité, de la valeur de l'offre, de la valeur du client, du statut juridique du tourisme, de son mode de contrôle. Cette autonomie est variable mais globalement importante dans le cadre de missions généralement définies en termes d'objectifs à atteindre.

Le technicien supérieur en management touristique peut être impliqué comme assistant ou responsable dans le projet ou dans sa réalisation, de la préparation, à l'exécution, à la gestion et au suivi:

- Respect de l'éthique et de la déontologie de la profession.
- Respect de la charte << qualité de services >>.
- Autonomie dans l'organisation de son poste de travail (variable selon le type de l'entreprise et de la fonction).
- Responsabilité de la gestion de caisse et de la tenue d'une comptabilité générale.
- Autonomie <<relative>> dans le cadre des propositions commerciales des produits touristiques, selon la réglementation en vigueur.
- Autonomie pouvant grandir selon l'expérience et le profil du candidat.

Résultats attendus

- Qualité de l'analyse et la prise en compte des demandes de produits touristiques (besoins/désirs / attentes).
- Pertinence de la conception et d'élaboration du produit touristique
- Pertinence des arguments de vente sur la destination, sur les composantes des produits.
- Formulation de messages dans un langage accessible, le cas échéant, langue étrangère.
- Cohérence entre l'argumentation, les propositions et la politique commerciale de l'entreprise.

FONCTION 2

Commercialisation de Produits Touristiques et Conseils

T2.1 / Préparer et mettre en œuvre la prospection de la clientèle potentielle.

- Délimiter le champ d'action (profils de la clientèle, nature de produits mis en Vente...etc.).
- Préparer l'argumentation.
- Préparer le planning des visites et des contacts.
- Maîtriser les outils de communication et d'information (téléphone, télécopie, mailing, ...etc.).

T2.2 / Mettre en œuvre des moyens de commercialisation:

- Mise en œuvre du plan de communication.
- Evaluer le coût de promotion des produits proposés.
- Elaborer des supports de vente (reportage, catalogue, brochure, menu, carte,... etc.).
- Etablir les documents commerciaux.

T2.3. / Effectuer la négociation commerciale avec les partenaires:

- Accueillir des clients
- Négocier avec les clients, les distributeurs,... etc.
- Réaliser la vente de produits touristiques.
- Conclure les contrats de vente de produits touristiques.

T 2.4 : Assurer le suivi des opérations commerciales:

- Assurer le suivi et la mise à jour des échéances clients/ fournisseurs.
- Assurer le suivi des paiements
- Assurer la mise à jour et l'évaluation des stocks.

T2.5 / Mettre en place les actions de fidélisation:

- Maintenir un suivi de fidélisation des clients.
- Garder des relations professionnelles avec les opérateurs touristiques.
- Conseiller et proposer en fonction des attentes des clients et de la politique de l'entreprise touristique.

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources

Données et informations disponibles:

Informations mercatiques et professionnelles.

- Etudes géo mercatiques.
- Etudes de satisfaction client.
- Réglementation et charte de qualité de services touristiques.

Équipements:

- Les TIC et autres supports professionnels et didactiques.

Liaisons fonctionnelles

- Relations internes avec tout partenaire de la relation client en fonction du mode d'organisation et du degré d'intégration de la fonction commerciale dans l'entreprise (chef des ventes, centres de contacts, services techniques, etc..).
- Relation externe: avec tout agent économique ayant une influence sur l'activité commerciale (prescripteurs, associations, etc..).

Autonomie et responsabilités:

Ils dépendent de la taille et de la culture de l'entreprise touristique:

- La production est sous la responsabilité du supérieur.
- Une autonomie «relative» dans la création et la conception de produits touristiques.
- L'autonomie dans la réalisation des prestations sous l'égide du supérieur.
- Responsabilité des transactions réalisées et de leur suivi.

Résultats attendus

- Pertinence de l'adéquation aux attentes du client.
- Accessibilité et lisibilité de l'offre touristique.
- Satisfaction du client.
- Cohérence avec la politique commerciale de l'entreprise.
- Rentabilité de la commercialisation de produits touristiques.

FONCTION 3

Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation et Contrôle Financier de l'unité touristique.

T3.1 / Gestion comptable des opérations courantes:

- Traiter les informations comptables
- Participer à l'élaboration du système d'information comptable appliqué à l'unité touristique.
- Contrôler les documents commerciaux.
- Classer et communiquer les documents concernés
- Enregistrer et archiver les documents commerciaux.
- Etablir et enregistrer les fiches de paie
- Etablir les déclarations fiscales.
- Enregistrer les déclarations fiscales
- Etablir les différents documents comptables.

T3.2 / Tenir la comptabilité de gestion de l'unité touristique.

- Analyser les charges directes et indirectes.
- Gérer les stocks.
- Calculer les différents coûts.
- Déterminer les différents résultats analytiques.

T.3.3/ Participer au contrôle des opérations d'exploitation de l'unité touristique

- Réaliser les prévisions de ventes et de charges.
- Adapter l'organisation budgétaire aux spécificités de l'unité touristique.
- Contrôler et analyser les ventes.
- Contrôler et analyser les charges.
- Analyser les écarts.
- Appliquer les méthodes de fixation des prix.
- Appliquer les principes d'élaboration du tableau de bord.
- Interpréter les indicateurs de rentabilité commerciale, économique et financière.
- Assurer une gestion rigoureuse des approvisionnements.

T.3.4 / Participer au contrôle financier de l'unité touristique.

- Appréhender les règles de l'équilibre financier.
- Choisir le mode de financement.
- Établir le plan de financement.
- Gérer la trésorerie.
- Etablir le bilan financier de l'unité touristique.
- Calculer et interpréter les ratios d'analyse financière.

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources

Données et informations disponibles

- Informations économiques, commerciales, juridiques et professionnelles.
- Organisation comptable et procédures internes.
- Documents commerciaux.

- Informations sur les fournisseurs.
- Traitement des informations commerciales.
- Inventaire comptable.
- Les états de synthèses
- Les informations financières et statistiques.

Équipements

Toute technologie d'information et de communication permettant le traitement, la transmission et le stockage des informations (logiciels spécialisés). Tout matériel fixe et / ou mobile de présentation d'information en relation avec les usages de la profession.

Liaisons fonctionnelles

Relation interne: avec tout service interne en fonction du mode d'organisation et du degré d'intégration de la fonction dans l'unité touristique.

Relation externe: avec tout agent économique et financier ayant une influence sur l'activité touristique.

Autonomie et responsabilités

Son niveau d'autonomie est en fonction de la taille de l'entreprise, de sa culture, du statut juridique de l'unité touristique, de son mode de gestion et de contrôle. Cette autonomie est variable mais globalement importante dans le cadre de missions généralement définies en termes d'objectifs à atteindre.

Le technicien supérieur en management touristique peut être impliqué comme assistant ou responsable. Il se voit confier la tenue de la comptabilité générale, l'établissement des états de synthèse, des états financiers, la gestion des relations avec les administrations fiscales et sociales. Il est appelé à faire la production, l'analyse et la communication d'informations financières et de gestion.

Il peut également participer ou avoir en charge l'élaboration des données prévisionnelles et de produire les informations comptables et financières permettant de préparer les décisions opérationnelles.

Résultats attendus:

- La maîtrise de la comptabilité comme outils de gestion, d'analyse et de prévision.
- La capacité à mettre en œuvre les méthodes et les démarches de l'élaboration des coûts de la gestion budgétaire et contrôle de gestion.
- Rapidité, efficacité dans la mise en œuvre des procédures de gestion des transactions.
- Adéquation de la gestion des transactions aux services fournis par les fournisseurs.

FONCTION 4

Gestion et animation d'une équipe au sein d'une unité touristique

T4.1 / Piloter les activités de l'équipe

- Participer à la fixation des objectifs à atteindre par les membres de l'équipe.
- Participer à l'élaboration des plans de formation.
- Dynamiser l'équipe.

T.4.2 / Evaluer la performance de l'équipe

- Analyser les réalisations de l'équipe.
- Mesurer et Analyser les écarts entre objectifs et réalisations.

T.4.3 / Gestion du personnel

- Etablir le profil du poste et du candidat.
- Administrer le personnel (Horaire, absences, congés, bulletin de paie).
- Etablir la gestion prévisionnelle du personnel.
- Participer aux procédures de recrutement.

CONDITIONS D'EXERCICE

Moyens et ressources

Données et informations disponibles

- Historique des objectifs fixés et des réalisations.
- Orientations stratégiques de l'entreprise.
- Techniques de motivation. - Fichier du personnel.
- Résultats obtenus par l'équipe.
- Données prévisionnelles.
- Données financières prévisionnelles.
- Données sur la structure de l'entreprise, les fonctions et les tâches de chaque poste.
- Dispositions juridiques et sociales.
- Données prévisionnelles de la production.
- Fichier du personnel.

Équipements

Toute technologie d'information et de communication permettant le traitement, la transmission et le stockage des informations (logiciels spécialisés). Tout matériel fixe et / ou mobile de présentation d'information en relation avec les usages de la profession.

Liaisons fonctionnelles

Relation interne: avec tout service interne en fonction du mode d'organisation et du degré d'intégration de la fonction dans l'unité touristique.

Relation externe: avec tout agent économique et financier ayant une influence sur l'activité touristique.

Autonomie et responsabilités

Son niveau d'autonomie est en fonction de la taille de l'entreprise, de sa culture, du statut juridique de l'unité touristique, de son mode de gestion et de contrôle. Cette autonomie est variable mais globalement importante dans le cadre de missions généralement définies en termes d'objectifs à atteindre.

Le technicien supérieur en management touristique peut être impliqué comme assistant ou responsable. Il se voit confier la tenue de la comptabilité générale, l'établissement des états de synthèse, des états financiers, la gestion des relations avec les administrations fiscales et sociales. Il est appelé à faire la production, l'analyse et la communication d'informations financières et de gestion.

Il peut également participer ou avoir en charge l'élaboration des données prévisionnelles et de produire les informations comptables et financières permettant de préparer les décisions opérationnelles.

Résultats attendus:

- Réalisation des objectifs.
- Homogénéité de l'équipe.
- Amélioration des compétences.
- Amélioration du climat social (conflits, turnover, taux d'absentéisme).
- Fiche d'évaluation individuelle des membres de l'équipe.
- Performance de l'équipe.
- Adéquation poste / candidat.
- Equilibre besoins / ressources.
- Equilibre de la pyramide des âges.

Référentiel de Certification (REC)

I- Compétences (annexe 1)

1.1- Définition.

FONCTION 1 Elaboration et conception de produits touristiques		
T1.1 / Etudier l'offre et la demande des produits touristiques		
Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Informations économiques et commerciales. - Etudes préliminaires de marché. - Informations sur les produits, services associés et conditions commerciales. - Etude de satisfaction. - Analyse du secteur. 	<ul style="list-style-type: none"> C 1.1.1 - Analyser la concurrence dans le secteur touristique. C. 1.1.2- Analyser le réseau de distribution. C1. 1.3 – Etudier la demande C1. 1.4- Etudier les forces et faiblesses de l'établissement touristique. C1. 1.5- Etudier le contexte historique C1. 1.6 – Etudier le contexte géographique 	<ul style="list-style-type: none"> - Veille environnementale. - Maîtrise des outils et des techniques d'analyse des études de marché. - Logistique informationnelle riche et cohérente entre toutes les parties prenantes. - Maîtrise de l'outil informatique.

T1.2 / Etude de faisabilité du lancement des produits touristiques		
Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Informations économiques, juridiques, technologiques et sociales de l'environnement de la structure touristique. - Statistiques commerciales, financières de la structure touristique. 	<ul style="list-style-type: none"> C1. 2.1 - Mener une étude de faisabilité commerciale cohérente avec les analyses précédentes. C1.2.2 - Elaborer une étude financière performante. C1 .2.3 - Réaliser une étude technique fiable et rigoureuse. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conception du business plan. Interprétation du diagnostic élaboré. - Maîtrise des outils de calcul et d'analyse des variables comptables et financières. - Négociation en amont avec les partenaires.

T1.3 / Concevoir les différents éléments composant l'offre de l'établissement touristique		
Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Le business plan. - Les méthodes et approches commerciales, de mise au point de lancement et de suivi du produit. 	<ul style="list-style-type: none"> C1.3. 1- Présenter l'offre globale de l'entreprise touristique. C1.3.2- Elaborer un plan de marchéage. 	<ul style="list-style-type: none"> - Créativité et initiative du personnel. - Cohérence des actions commerciales proposées.

FONCTION 2
Commercialisation de Produits Touristiques et Conseils

T2.1 / Préparer et mettre en œuvre la prospection de la clientèle potentielle

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Etude d'élaboration et la conception du produit. - Connaissances des produits touristiques à commercialiser. - Gestion et mise à jour des fichiers clients. - Techniques qui précèdent la 	<p>C2. 1.1 - Elaborer les documents commerciaux nécessaires à la prospection.</p> <p>C2. 1.2 - Elaborer l'argumentaire des produits touristiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le nombre de prospects. - Etablir les fichiers clients « cardex », fiche produit, planning, circuit, réseau PERT ...).

T2.2 / Mettre en œuvre des moyens de commercialisation

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Echanges d'informations avec les partenaires. - Méthodes et actions de commercialisation antérieures. 	<p>C2.2.1 - Concevoir les supports de vente de produits touristiques.</p> <p>C2.2.2- Etablir un choix des canaux de communications.</p> <p>C2.2.3- Prévoir les moyens financiers nécessaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de cartes de restaurants, brochures pour agences et dépliant. - Performance du canal choisi (efficacité et efficience). - Etablissement du budget.

T2.3 / Effectuer la négociation commerciale avec les partenaires

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Fichiers clients et Fichiers partenaires. - Informations sur la cible (interlocuteurs). - Outils de communications. - Techniques de ventes. 	<p>C2.3.1- Préparer un plan de négociation.</p> <p>C2.3.2- Contacter les prospects.</p> <p>C2.3.3- Négocier avec les partenaires.</p> <p>C.2.3.4- Conclure des contrats de vente de produits touristiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le nombre de prospects traduits en clients. - Nombre de contrats de vente conclus.

T 2.4 / Assurer le suivi des opérations commerciales

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Paiements effectué. - Factures non réglées. - Base de données des partenaires. - Charte de qualité. 	<p>C.2. 4.1- Assurer le respect des délais de paiement.</p> <p>C.2.4.2- Mettre à jour les fichiers clients/distributeurs.</p> <p>C.2.4.3- Contacter les partenaires pour vérifier la qualité des services rendus.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Degré de satisfaction des partenaires notamment les clients. - Ecart entre la satisfaction prévue et réelle. - Respect de la charte de qualité.

T2.5 / Mettre en place les actions de fidélisation

Données	Compétences mises en oeuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Réclamations des clients. - Fichiers clients actualisés. - Etude de satisfactions. 	<p>C.2.5. 1- Réaliser un programme de fidélisation.</p> <p>C.2.5.2- Concevoir des techniques de fidélisation.</p> <p>C.2.5.3- Proposer et Conseiller et en fonction des attentes des clients.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Taux de satisfaction. - Taux de fidélité des clients. - Nombre de clients perdus.

FONCTION 3
Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation
et Contrôle financier de l'unité touristique.

T3.1 / Gestion comptable des opérations courantes

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Cadre juridique : forme de l'entreprise, Lois et règles en vigueur. - Nature de l'activité. - Poste informatique Complet. - Logiciel de comptabilité. - Plan comptable et/ou un plan des comptes. - Ensemble d'informations sur les opérations commerciales réalisées. 	<ul style="list-style-type: none"> C.3. 1.1- Traiter et enregistrer les opérations courantes. C.3.1.2- Classer et archiver les documents commerciaux. C.3.1.3- Etablir et enregistrer les fiches de paie. C.3.1.4- Etablir et Enregistrer les déclarations fiscales. C.3. 1.5- Etablir les différents documents comptables. C.3.1.6- Communiquer les données concernées. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cohérence et précision des traitements proposés. - Respect des règles de forme et de fond de la tenue de la comptabilité. - Pertinence des choix, des propositions et des critiques. - Qualité de la communication.

T3.2 / Tenir la comptabilité de gestion de l'unité touristique.

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Données de la comptabilité générale. - Logiciels de comptabilité et/ou logiciels outils et/ou progiciels gestion intégrée. - Processus de production. - Méthodes de calcul des coûts. 	<ul style="list-style-type: none"> C.3.2. 1- Repartir les charges. C.3.2.2- Gérer les approvisionnements C.3.2.3- Calculer les différents coûts. C.3.2.4- Déterminer les différents résultats analytiques. C.3.2.5- - analyser et communiquer les différents résultats. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence du choix de répartition. - Etablissement du tableau de répartition. - Evité la rupture de stock. - Coût de possession du stock. - Clarté et rigueur du raisonnement - Exactitude des calculs et respect des procédures. - Concordance de résultats -Présentation des tableaux de calcul des coûts.

T.3.3/ Participer au contrôle des opérations d'exploitation de l'unité touristique		
Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Données relatives aux procédures budgétaires - Données des comptabilités générale et analytique. - Données commerciales. - Données sur les coûts des facteurs et sur les capacités de production. - Description complète des activités d'un service et d'un centre de responsabilité. 	<ul style="list-style-type: none"> C.3.3.1 - Réaliser les prévisions d'exploitation. C.3.3.2- Etablir le budget d'exploitation. C.3.3.3- Contrôler et analyser les ventes et les charges. C.3.3.4- Fixer les prix de ventes. C.3.3.5- Etablir et Interpréter le tableau de bord. C.3.3.6- Interpréter les indicateurs de rentabilité. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ecart entre prévisions et réalisations. - Etablissement du plan d'exploitation. - Cohérence des prix. - Calcul des indicateurs de performance. - Maîtrise de RBE. - Pertinence des propositions de prises de décision

T.3.4 / Participer au contrôle financier de l'unité touristique		
Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Données relatives aux procédures budgétaires. - Données des comptabilités générale et analytique. - Données commerciales. - Données sur les coûts des facteurs et sur les capacités de production. - Informations financières et statistiques. 	<ul style="list-style-type: none"> C.3.4.1- Contrôler la situation financière. C.3.4.2- Etudier la faisabilité financière d'un projet touristique. C.3.4.3- Établir le plan de financement. C.3.4.4- Gérer la trésorerie. 	<ul style="list-style-type: none"> - L'équilibre financier. - Rentabilité du projet (VAN, TRI, DRCI, IP). - L'équilibre de trésorerie (budget de trésorerie, ajustement du niveau d'encaisse). - Pertinence des conclusions et cohérence par rapports aux objectifs.

FONCTION 4
Gestion et animation d'une équipe au sein d'une unité touristique

T.4.1 / Piloter les activités de l'équipe

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Historique des objectifs fixés et des réalisations. - Orientations stratégiques de l'entreprise. - Techniques de motivation. - Fichier du personnel. 	<p>C.4.1 .1- Participer à la fixation des objectifs à atteindre par les membres de l'équipe.</p> <p>C.4. 1.2- Participer à l'élaboration des plans de formation.</p> <p>C.4.1.3 –Dynamiser l'équipe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation des objectifs. - Homogénéité de l'équipe. - Amélioration des compétences. - Climat social (conflits, turnover, taux d'absentéisme).

T.4.2 / Evaluer la performance de l'équipe

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Résultats obtenus par l'équipe. - Données prévisionnelles. 	<p>C.4.2. 1- Analyser les réalisations de l'équipe.</p> <p>C.4.2.2- Mesurer et Analyser les écarts entre objectifs et réalisations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fiche d'évaluation individuelle des membres de l'équipe. - Performance de l'équipe.

T.4.3 / Gestion du personnel

Données	Compétences mises en œuvre	Indicateurs de performance
<ul style="list-style-type: none"> - Données financières prévisionnelles. - Données sur la structure de l'entreprise, les fonctions et les tâches de chaque poste. - Dispositions juridiques et sociales. - Données prévisionnelles de la production. - Fichier du personnel. 	<p>C.4.3. 1- Etablir le profil du poste et du candidat.</p> <p>C.4.3.2 - Administrer le personnel (Horaire, absences, congés, bulletin de paie).</p> <p>C.4.3.3 - Etablir la gestion prévisionnelle du personnel.</p> <p>C4.3.4- Participer aux procédures de recrutement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Adéquation poste / candidat. - Equilibre besoins / ressources. - Equilibre de la pyramide des âges.

1.2- Récapitulatif des différentes compétences par niveau d'acquisition

Compétences	Niveau			
	1	2	3	4
C. 1.1.1 - Analyser la concurrence dans le secteur touristique				
C. 1.1.2 - Analyser le réseau de distribution.				
C. 1.1.3 - Etudier la demande.				
C. 1.1.4 - Etudier les forces et faiblesses de l'établissement touristique.				
C.1. 1.5 - Etudier le contexte historique				
C. 1.1.6 - Etudier le contexte géographique				
C. 1.2.1 - Mener une étude de faisabilité commerciale cohérente avec les analyses précédentes.				
C. 1.2.2 - Elaborer une étude économique et financière performante.				
C. 1.2.3 - Réaliser une étude technique fiable et rigoureuse.				
C. 1.3.1 - Présenter l'offre globale de l'entreprise touristique.				

C. 1.3.2 - Elaborer un plan de marchéage.				
C.2. 1.1 - Elaborer les documents commerciaux nécessaires à la prospection.				
C.2. 1.2 - Elaborer l'argumentaire de produits touristiques.				
C.2.2. 1- Concevoir les supports de vente des produits touristiques.				
C.2.2.2 - Etablir un choix des canaux de communications.				
C.2.2.3 - Prévoir les moyens financiers nécessaires.				
C.2.3.1- Préparer un plan de négociation.				
C.2.3.2 - Contacter les prospects.				
C.2.3.3 - Négocier avec les partenaires.				
C.2.3.4 - Conclure des contrats de vente des produits touristiques.				
C.2.4. 1- Assurer le respect des délais de paiement.				
C.2.4.2 - Mettre à jour les fichiers clients/distributeurs.				
C.2.4.3 - Contacter les partenaires pour vérifier la qualité des services rendus.				
C.2.5. 1- Réaliser un programme de fidélisation.				
C.2.5.2 - Concevoir des techniques de fidélisation.				
C.2.5.3 - Proposer et conseiller en fonction des attentes des clients.				
C.3.1.1 - Traiter et enregistrer les opérations courantes.				
C.3.1.2 - Classer et archiver les documents commerciaux.				
C.3. 1.3 - Etablir et enregistrer les fiches de paie.				
C.3.1.4 - Etablir et enregistrer les déclarations fiscales.				
C.3. 1.5- Etablir les différents documents comptables.				
C.3.1.6 - Communiquer les documents concernés.				
C.3.2. 1- Répartir les charges.				
C.3.2.2 - Gérer les approvisionnements.				
C.3.2.3 - Calculer les différents coûts.				
C.3.2.4 - Déterminer les différents résultats analytiques.				
C.3.2.5 - Analyser et communiquer les différents résultats.				
C.3.3.1- Réaliser les prévisions de l'exploitation.				
C.3.3.2 - Etablir le budget d'exploitation.				
C.3.3.3 - Contrôler et analyser les ventes et les charges.				
C.3.3.4 - Fixer des prix de vente.				
C.3.3.5 - Etablir et interpréter le Tableau de Bord.				
C.3.3.6 - Interpréter les indicateurs de rentabilité.				
C.3.4.1 - Contrôler la situation financière.				
C.3.4.2 - Etudier la faisabilité financière d'un projet touristique.				
C.3.4.3 - Établir le plan de financement.				
C.3.4.4 - Gérer la trésorerie.				
C.4. 1.1- Participer à la fixation des objectifs à atteindre par les membres de l'équipe.				
C.4. 1.2- Participer à l'élaboration des plans de formation.				
C.4.1.3 - Dynamiser l'équipe.				
C.4.2. 1- Analyser les réalisations de l'équipe.				
C.4.2.2 - Mesurer et analyser les écarts entre objectifs et réalisations.				
C.4.3.1 - Etablir le profil du poste et du candidat.				
C.4.3.2 - Administrer le personnel (Horaire, absences, congés, bulletin de paie).				
C.4.3.3 - Etablir la gestion prévisionnelle du personnel.				
C.4.3.4 - Participer aux procédures de recrutement.				

2.1- Savoirs généraux : Contenus et limites de connaissances

S.1- ARABE

منهاج اللغة العربية

توطئة:

تحظى اللغة العربية بوضع متميز داخل الحقل اللغوي والثقافي المغربي، وتحتل موقعا متقدما كلغة للتدريس في المنظومة التربوية الوطنية، حيث عدها الميثاق الوطني للتربية والتكوين ضمن ثوابت ومقدسات البلاد، وأكد على أن تعزيزها واستعمالها في مختلف مجالات العلم والحياة كان ولا يزال وسيبقى طموحا وطنيا، واقترح مجموعة من التدابير التنظيمية والبيداغوجية للرفع من التمكن من كفاياتها، كما استلزم ضرورة فتح شعب اختيارية للتعليم العلمي والتقني والبيداغوجي على مستوى الجامعات باللغة العربية.

هذا، وقد ساهم البرنامج الاستعجالي بدوره في دعم خطوات الميثاق الوطني للتربية والتكوين، حيث أكد ضمن مشروع تطوير تعليم اللغات على "دعم تجديد تعليم اللغة العربية وتقويته"، ونص في مشروع برنامج تطوير التعليم التقني والتقني العالي على "توحيد وتحيين المقررات الخاصة بشهادة التقني العالي". بالاستناد إلى المرجعيات السابقة وفي إطارها العام يتم تقديم منهاج بديل للغة العربية خاص بأقسام تحضير شهادة التقني العالي وفق الملف الوصفي الآتي:

I- الكفايات المستهدفة من منهاج اللغة العربية بأقسام تحضير شهادة التقني العالي:

1) الكفاية التواصلية:

أ- كفاية التعبير الشفوي:

القدرة على:

- ◆ تمثل أدبيات التواصل الشفوي (الانتباه، الاستماع، التركيز...).
 - ◆ استيعاب وفهم مضامين النصوص واستعادتها شفويا.
 - ◆ إنتاج رسالة شفوية .
 - ◆ فك رموز التواصل غير التلفظي (النظرات، الحركات، الإيماءات، الإيحاءات والوضعيات، الأحجام، الأشكال والألوان...).
 - ◆ مراعاة قواعد التلفظ السليم (التنغيم وخصوصيات مخارج الحروف...).
- لتفعيل هذه الكفاية ينبغي إنجاز تطبيقات وظيفية حول:



- ◆ مهارة إلقاء عرض (تقنية الارتجال).
- ◆ أخذ كلمة (تعليق، تعقيب ومناقشة).
- ◆ تسيير اجتماع (ندوة، مناظرة، مائدة مستديرة).
- ◆ التواصل عبر الهاتف.

ب - كفاية التعبير الكتابي:

- ◆ التحفيز على استعمال اللغة العربية الميسرة.
- ◆ تمكين الطالب من توظيف قدراته اللغوية في مجالات البحث المتصل بتخصصه ومسالك دراسته.
- ◆ توظيف علوم اللغة في إنتاج وتحليل مختلف النصوص .
- ◆ تنوع صيغ التعبير وأساليبه واختيار المقال المناسب للمقام.

(2) المنهجية:

تحقيق القدرة على :

- ◆ التحفيز على الكتابة والإبداع .

لتفعيل هذه الكفاية ينبغي إنجاز تطبيقات وظيفية حول:

- ◆ مهارة تدوين رؤوس أقلام لنص مقروء.
- ◆ تكثيف وتلخيص نص مقروء.
- ◆ توسيع فكرة.
- ◆ الكفاية وضع تصميم لموضوع أو مشروع بحث أو دراسة.
- ◆ استعمال جذاذات الخزانات للبحث عن المصادر والمراجع.
- ◆ التمكن من منهجية البحث في القواميس والموسوعات وبنوك المعطيات والأقراص المدمجة والمراجع الرقمية والمواقع الإلكترونية.
- ◆ اكتساب تقنيات إعداد الهوامش وتصنيف البيبليوغرافيا ودلائل الأعلام والأماكن والفهارس.
- ◆ انتقاء المعلومات وتصنيفها واستثمار البيانات والوثائق والصور .
- ◆ تركيب الخلاصات المركزة واستجماع النتائج .

لتفعيل هذه الكفاية ينبغي إجراء تطبيقات وظيفية حول:

- ◆ توظيف علامات الترقيم وأدوات الربط.
- ◆ تحديد تمفصلات النص وتقسيمه إلى وحدات أو متواليات دلالية أو تركيبية .
- ◆ مهارة التمييز بين الأجناس الأدبية (السيرة، الرواية، القصة، الشعر، الرحلة...) ومختلف أشكال الخطاب (السردي، الوصفي، الحوار، الإخباري، التفسيري، الحجاجي...).

(3) الكفاية الثقافية:

التمكن من:

- ◆ تحصيل وعي بقضايا ورهانات العصر.
- ◆ مسايرة مستجدات العصر الثقافية والعلمية والتكنولوجية.
- ◆ إدراك التحديات التي تواجه العرب في عصر العولمة.
- ◆ استثمار تقنيات قراءة صورة.

لتفعيل هذه الكفاية ينبغي إجراء تطبيقات وظيفية حول:

- ◆ استثمار نصوص مختارة تطابق المضامين المقترحة في السنتين الأولى والثانية.

(4) الكفاية الإستراتيجية:

- ◆ تمثل مقومات الحضارة المغربية والانفتاح على الثقافة الإنسانية.
- ◆ تعزيز قيم الثقة بالنفس وقيم التفتح واحترام الرأي الآخر.
- ◆ تعزيز المواقف والميولات الإيجابية.
- ◆ تكوين الحس النقدي وروح المبادرة الفردية.

لتفعيل هذه الكفاية ينبغي إجراء تطبيقات وظيفية حول:

- ◆ مهارة إبداء الرأي واتخاذ موقف معلل بحجج وبراهين إزاء الظواهر والقضايا المدروسة .

II- الوسائل والدعامات الديدانكتيكية للكفايات المستهدفة :

- توظيف نصوص مختارة تعالج موضوعات لها علاقة بالقضايا والظواهر المقترحة.
- الاستفادة من خدمات مكتبية .
- توظيف دعائم سمعية بصرية (صور ، بيانات، وثائق ، أشرطة سمعية، سمعية/بصرية، أجهزة الحاسوب والمسلاط العاكس...).
- القيام بزيارات ميدانية وخرجات .
- استثمار العروض والبحوث الجماعية.
- تنظيم ندوات أو مؤائد مستديرة يشارك فيها الطلبة إعدادا وإنجازا.
- التعزيز بأنشطة مدمجة.

III- طرق المراقبة والتقويم :

- يبقى العمل بالنصوص القانونية المنظمة لشهادة التقني العالي ساري المفعول بحيث :
- تدخل المراقبة المستمرة في السنة الأولى بنسبة 50% في احتساب المعدل السنوي، فروض المراقبة المستمرة والمحددة في (4) فروض كتابية على الأقل في السنة، ويمكن احتساب مشاركة الطالب الشفوية ضمن معدل المراقبة المستمرة. بينما يدخل امتحان نهاية السنة الأولى بنسبة 50% في احتساب المعدل السنوي.
 - تدخل المراقبة المستمرة في السنة الثانية بنسبة 25% في احتساب المعدل السنوي، وتنجز على شكل (3) فروض كتابية على الأقل في السنة، ويمكن احتساب مشاركة الطالب الشفوية ضمن معدل المراقبة المستمرة. بينما يدخل امتحان نهاية السنة الثانية بنسبة 75% في احتساب المعدل السنوي لنيل شهادة التقني العالي.

IV- مضامين منهاج اللغة العربية في أقسام تحضير شهادة التقني العالي

مدخل ممد للدراسة:

1- أنشطة تمهيدية:

- التعرف إلى الطلبة .
- التعريف بمفردات المقرر.
- شرح خطة العمل وأساليب التقويم.

2- قياس مكتسبات الطلبة اللغوية والمعرفية والمنهجية من خلال رانز قبلي يتم استثماره لتشخيص الاحتياجات

⋮

السنة الأولى :

أ- قضايا وظواهر عامة:

1- محور العولمة :

- العولمة والهوية.
- العولمة والاقتصاد.
- العولمة وثقافة حقوق الإنسان.

2- محور الاقتصاد والمجتمع:

- الأمن الغذائي العربي.
- هجرة الأدمغة وترسيخ مبدأ التبعية
- النظام المعلوماتي الجديد وآثاره في تنمية الاقتصاد والمجتمع.

3- محور الترجمة ورهانات المثاقفة:

- اللغة العربية والترجمة.
- الترجمة وحوار الثقافات .
- الترجمة والتنمية.

4- محور القيم الإنسانية:

- الفن في مواجهة أزمة القيم.
- قيمة الجمال بين المظهر والجوهر.
- قيمة الحرية (المدلول الفكري والاجتماعي).

ب- تقنيات التواصل:

- 1- مفهوم التواصل: أنواعه، شروطه، معيقاته.
- 2- تقنيات تحرير رسالة (شخصية /إدارية).
- 3- كتابة نهج سيرة.
- 4- كتابة طلب الاستفادة من تدريب.

السنة الثانية :

أ- قضايا وظواهر عامة:

1- محور ثقافة الصورة (الثقافة البصرية):

- السينما؛ مكوناتها ووظائفها.
- فن العمارة والبيئة.
- المسرح العربي بين الاتباع والإبداع.

2- محور التكنولوجيا والمعلومات :

- اللغة العربية والثورة الرقمية.
- العلم ومشكلات العصر (البيئة، الهندسة الوراثية).
- الإعلام والتنمية.

3- محور الحداثة والتراث:

- المجتمع العربي بين التقليد والتحديث.
- تراثنا بين المحلية والعالمية.
- المجتمع المدني ورهانات التحديث.

4- محور الإنسان والمستقبل:

- أدب الخيال العلمي.
- التنبؤ العلمي ومستقبل الإنسان.
- التربية وصناعة المستقبل.

ب- تقنيات التواصل:

- 1- تعزيز مكتسبات الطلاب حول مفهوم التواصل وأنواعه ودعم هذه المكتسبات بنصوص متخصصة في آليات تحليل الخطاب.
- 2- تعزيز مكتسبات الطلبة حول المراسلات الإدارية وتقنيات كتابتها:
 - إعداد استمارة.
 - تحرير تقرير.
 - إجراء مقابلة.

ملاحظات هامة :

- 1- يمتحن الطالب في جميع الكفايات المستهدفة بشكل تدريجي على أن يستوفي التمكن منها جميعها في نهاية السنة الثانية (يرجى التنسيق بين أساتذة المادة على مستوى السنتين الأولى والثانية).
- 2- ينتقي الأستاذ ما يراه مناسباً من الدروس اللغوية والبلاغية الميسرة باعتباره المدرك لاحتياجات طلبته.
- 3- لتعزيز المهارات القرائية يتعاقد الأستاذ مع طلبة السنة الأولى على اختيار وقراءة مؤلف من مؤلفات الثقافة العربية على أن تحتسب قيمته الجزائية ضمن المراقبة المستمرة.
- 4- يمكن استثمار النصوص المترجمة إلى اللغة العربية التي تستجيب للمحاور المقترحة وتخدم الكفايات المستهدفة.

S.2- LANGUES VIVANTES ETRANGERES

S.2.1- FRANCAIS

Introduction :

L'enseignement du français dans les classes de préparation du BTS vise la maîtrise de l'expression orale et écrite qui permettent ainsi à l'apprenant de :

- s'insérer dans le groupe des pairs : en mesurant en quoi la construction de soi passe par le rapport avec les autres ;
- s'insérer dans l'univers professionnel : en comprenant les enjeux sociaux et économiques des discours professionnels ;

Ainsi, par la progression du programme de français (1 et 2), on veut atteindre les objectifs suivants :

I - Finalités

L'enseignement du français au BTS a pour finalité l'acquisition de quatre compétences :

- entrer dans l'échange oral : écouter, réagir, s'exprimer ;
- entrer dans l'échange écrit : lire, analyser, écrire ;
- devenir un lecteur compétent et critique ;
- confronter des savoirs et des valeurs pour construire son bagage avant d'intégrer le monde professionnel.

II - Capacités

La compréhension de soi, du monde environnant, de l'univers professionnel, prend appui sur les capacités suivantes :

Savoir organiser sa pensée, savoir réfléchir

- reformuler ce que l'on vient d'apprendre et expliquer ce que l'on vient de faire ;
- effectuer une recherche et confronter des informations ;
- mobiliser ses connaissances, les formaliser, les réutiliser ;
- passer du préjugé au raisonnement.

Savoir lire, savoir écrire

- lire tous les discours et tous les genres de textes ;
- saisir l'organisation et les enjeux des messages écrits et oraux ;
- prendre en compte le destinataire ; choisir le type de discours attendu dans une production écrite ou orale ;
- utiliser une langue correcte et les codes requis dans une situation de communication.

Savoir s'exprimer à l'oral et à l'écrit, savoir écouter

- se dire, dire le monde, avec un vocabulaire précis (narration, description, exposition) ;
- prendre sa place dans les débats contemporains (argumentation) ;
- prendre conscience des usages personnels et sociaux de la langue, les réutiliser.

LES COMPOSANTES DU PROGRAMME DE FRANCAIS

I- LANGUE :

Cohérence du discours et du texte	<ul style="list-style-type: none"> - Procédés de reprise, substituts, pronoms personnels - Connecteurs logiques - Citation du discours d'autrui (discours direct, indirect, reformulation, verbes introducteurs, attribution de la citation) - Modalisation
Cohérence grammaticale	<ul style="list-style-type: none"> - Accords en genre et en nombre. - Expansion du nom, adjectifs et adverbes - Nominalisation - Types de phrases - Phrase simple et phrase complexe (coordination et juxtaposition)
Cohérence lexicale	<ul style="list-style-type: none"> - Champ lexical, lexiques spécialisés - Registre de langue

II- ACTIVITES D'EXPRESSION ORALE :

Apprentissage de la voix	<ul style="list-style-type: none"> - Prendre la parole dans le débat, travailler l'élocution lors d'un exposé - S'exercer à lire à haute voix des textes non littéraires (clarté de la diction)
Écoute et prise en compte de la parole de l'autre	<ul style="list-style-type: none"> - Suivre un débat et soutenir son attention dans la durée - Reformuler, résumer l'argumentation d'autrui avant de la commenter, de la discuter, de la réfuter
Affirmation de soi dans le groupe	<ul style="list-style-type: none"> - Se présenter en vue d'une intégration dans le groupe, d'un entretien d'embauche - Expliquer ce qu'on a fait, comment on l'a fait, pourquoi on l'a fait - Raconter une activité réalisée à l'atelier, une journée de stage - Tenir un rôle, construire une posture dans une argumentation
Échange et action orale	<ul style="list-style-type: none"> - Prendre en compte le destinataire en fonction de l'effet à produire : le soutenir dans son point de vue, l'étonner, le faire réagir, le contredire, l'apaiser - Gérer son temps de parole en fonction des autres

III- ACTIVITES D'EXPRESSION ECRITE :

Rédiger un texte fonctionnel	Résumé, synthèse, un texte explicatif, etc.
Rédiger un dialogue	Une argumentation sous la forme d'un dialogue par exemple.
Rédiger un texte argumentatif	Exposé d'une opinion personnelle, compte rendu d'un débat argumenté, demande argumentée, etc.

PROGRAMME DE LA PREMIERE ANNEE

RECOMMANDATIONS :

- 1- *Ce programme est délibérément riche et varié pour donner à l'enseignant une certaine liberté pour l'adapter au niveau des profils des apprenants qui composent sa classe.*
- 2- *L'enseignant – animateur est appelé à privilégier, dans sa pratique de la classe de Français, les supports à caractère socio-économique.*

OBJECTIF GENERAL :

- **Consolider les acquis du cycle secondaire**

A – ACTIVITES DE LANGUE :

1- Les types de phrases

2- Les constituants fondamentaux de la phrase

3- Les constituants du groupe nominal :

- I- le nom
- II- le déterminant

4- L'expansion du groupe nominal

- I- l'adjectif qualificatif
- II- le complément de nom
- III- l'apposition

5- Les constituants du groupe verbal

Les verbes et ses formes

Les conjugaisons :

- I- les formes simples
- II- les formes composées
- III- autres formes verbales
- IV- la forme pronominale
- V- la concordance des temps
- VI- l'accord des verbes (er / pp) et le choix de l'auxiliaire

Verbes transitifs et verbe intransitifs

6- De la phrase simple à la phrase complexe : la coordination

7- De la phrase simple à la phrase complexe : la subordination

8- La ponctuation grammaticale

9- Le lexique

- I- la composition
- II- la suffixation, la préfixation
- III- paronymie, homonymie, polysémie, antonymie, synonymie,
- IV- le sens d'un mot : sens propre, figuré, dénotation, connotation, champ lexical, champ sémantique
- ...
- V- le rythme et la chronologie dans un texte : ellipse, anticipation, retour en arrière, dilatation, pause, scène, sommaire

B- ACTIVITES ORALES (1 heure par quinzaine)

L'activité orale peut être programmée une fois par quinzaine sous forme de :

- Jeux de rôle
- Lecture diction
- Mini exposé
- Table ronde
- Débat

C- PRODUCTION ECRITE :

La production écrite doit être un prolongement de l'étude de texte

- I- Evaluer les acquis : remettre en ordre des paragraphes et découvrir la structure (plan)
- II- Savoir observer un texte : disposition, particularité (titre, date, nom de l'auteur...) et indiquer les types de textes : narratif, prescriptif...
- III- Caractériser un texte : système d'énonciation (schéma de communication) lien logiques
- IV- Dégager l'organisation d'un texte (structure, cohérence, idées principales ; secondaires...)
- V- Se familiariser avec la technique du résumé (compte des mots, règles du résumé, synonymie, termes génériques, transformation verbale- nominale)
- VI- Respecter la présentation : marge, disposition des paragraphes, accents, majuscules, ponctuation nb de mots repérage du plan
- VII- Utiliser les registres de langue appropriés (repérer, adapter un registre à une situation de communication)

PROGRAMME DE LA DEUXIEME ANNEE

OBJECTIF GENERAL : Maîtriser et développer les compétences

A- LA PREMIERE PARTIE :

1. l'argumentation et les types d'argument
2. Choisir et classer les arguments (reconnaitre les arguments des exemples, identifier un contre argument, proposer une série d'arguments, illustrer, insérer une citation)
3. les plans argumentatifs : plan analytique, plan critique etc.
4. Les raisonnements
5. Rédiger un paragraphe argumentatif (entête /à la fin du paragraphe)
6. Rédiger les parties d'un texte argumentatif (introduction : « accrocher » par une idée, poser la question adéquate, annoncer le plan, la problématique... La transition : rappeler l'idée générale ou l'annoncer...la conclusion : rappeler les grandes lignes du plan, répondre à la question posée, séduire par une idée, rédiger le développement en deux parties...)

B- LA DEUXIEME PARTIE :

1. La recherche documentaire
2. La synthèse des textes

C- L'ACTIVITE ORALE : (Des exposés de vingt mn.)

Ce qui va permettre à l'apprenant d'exploiter les cours de la recherche, la synthèse et l'argumentation.
Il s'agit d'un exercice de préparation pour les soutenances de fin d'année.

Remarque :

L'enseignant pourra s'inspirer des deux séquences proposées pour construire sa progression annuelle. (Voir annexe 1et 2)

ANNEXE 1 :

1^{ère} ANNEE

SEQUENCES	OBJECTIFS (Notionnels et linguistiques)	ORAL	ACTIVITES
SEQUENCE N=° 1 CONSOLIDATION DES ACQUIS DU CYCLE SECONDAIRE	1 -Structure du vocabulaire (nominalisation/synonymie/antonymie.) 2 - Le système verbal (temps/accords...) 3 - La phrase simple et la phrase complexe (coordination/subordination...) 	1 - Se présenter/présenter Simulation (chaque étudiant présente devant la classe son projet de carrière) 2 - jeux de rôles	1 -Production écrite (points de méthode) 2 -les différents plans de l'essai 3 - remettre en ordre des paragraphes
Bilan de séquence Evaluations : (modèle de l'examen de BTS) consolidation des acquis de la première année *Pour compléter la séquence, le professeur peut se référer au détail du programme			

SEQUENCES	OBJECTIFS (Notionnels et linguistiques)	ORAL	ACTIVITES
SEQUENCE N=° 1 MAÎTRISE DU TEXTE ARGUMENTATIF	1 –Le paragraphe argumentatif : (Idée directrice/idée argument/idée exemple) 2 –Les connecteurs de l'argumentation 3 –initiation à la prise de notes 4 - de la prise de notes à l'exposé oral	1 - Prise de notes à partir d'un support oral 2 - l'exposé	1 -Production écrite (points de méthode) 2 -A applications sur la méthode de l'exposé
Bilan de séquence Evaluations : (modèle de l'examen de BTS) consolidation des acquis de la première séquence *Pour compléter la séquence, le professeur peut se référer au détail du programme.			

ANNEXE 2 :

2^{ème} ANNEE

S.2.2- ANGLAIS

1. OBJECTIFS

Étudier une langue vivante étrangère contribue à la formation intellectuelle et à l'enrichissement culturel de l'individu. Pour l'étudiant de brevet de technicien supérieur, l'étude d'une langue étrangère est une composante de la formation professionnelle et la maîtrise de l'anglais est une compétence indispensable à l'exercice de la profession. Sans négliger aucun des quatre savoir-faire linguistiques fondamentaux (comprendre, parler, lire et écrire la langue vivante étrangère) l'on s'attachera à satisfaire les besoins spécifiques à l'activité professionnelle courante et à l'utilisation de la langue vivante étrangère dans l'exercice du métier.

2. COMPETENCES FONDAMENTALES

Compréhension de l'oral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compréhension de l'essentiel d'un message bref et prévisible (ordres, consignes, messages téléphoniques...) 2. Compréhension et traitement d'informations à caractère professionnel ou général dans des messages plus longs.
Compréhension de l'écrit	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compréhension de l'essentiel d'un message (contexte et points cruciaux). Repérer les éléments essentiels à la compréhension pour élaguer le document. 2. Prélever des informations nécessaires à une réutilisation, les classer, les synthétiser. 3. Exploiter des sources d'informations multiples afin de sélectionner les informations pertinentes et en faire la synthèse. 4. Perception des éléments implicites du message et interprétation. <p>Documents supports : Documentation en langue étrangère afférente aux domaines techniques et commerciaux (notices, documentation professionnelle, article de presse, courrier, ...)</p>
Production orale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reproduction, reformulation d'un renseignement, d'un message simple. 2. Production et transmission de messages simples et compréhensibles.
Production écrite	<ol style="list-style-type: none"> 1. Production de messages simples, compréhensibles (lettres, messages, courriels, notes internes/de service, ...). 2. Rendre compte d'éléments prélevés à l'écrit ou/et à l'oral.

3. CONTENUS

3.1. Grammaire

La maîtrise opératoire des éléments morphologiques et syntaxiques figurant au programme des classes de Première et Terminale du Cycle du Baccalauréat constitue un objectif raisonnable. Il conviendra d'en assurer la consolidation et l'approfondissement.

3.2. Lexique

On se basera sur le vocabulaire de la langue de communication et le programme du Cycle Secondaire Qualifiant. A partir de cette base, on pourra diversifier les connaissances en fonction des besoins

spécifiques de la profession, sans négliger l'acquisition du lexique plus général lié à la communication courante.

En ce qui concerne la terminologie propre à chaque filière non incluse dans les programmes communs, l'enseignant est appelé à l'enseigner et l'évaluer dans le cadre du contrôle continu.

3.3 Éléments culturels des pays utilisateurs de la langue anglaise.

La langue vivante étrangère (anglais) s'entend ici au sens de la langue utilisée par les techniciens et doit être pratiquée dans sa diversité: écriture des dates, unités monétaires, abréviations, heure, documents techniques, documents professionnels, ... On veillera à familiariser les étudiants aux formes britanniques et américaines représentatives de la langue anglophone.

Outre les particularités culturelles liées au domaine professionnel dans les différentes langues étudiées, on s'attachera à développer chez le futur technicien supérieur la connaissance des cultures des pays anglophones dont il étudie la langue, connaissance indispensable à une communication efficace qu'elle soit limitée ou non au domaine professionnel

Enveloppes Horaires et Epreuves de Certification

	Enveloppe horaire	Examen		Coef.
	Durée	Nature	Durée	
Nature et masse horaire	3 heures par semaine	Ecrit	3 heures	10

Format type de l'examen de certification

Compréhension d'un texte	18 points
Langue	
Grammaire	8 points
Vocabulaire, lexis, ...	14 points
Communication	20 points
Total	60 points

Contrôle Continu

Contrôle	Pourcentage	Observations
Portfolio	25 % de la note globale	A évaluer en fin d'année
Tests écrits	50% de la note globale	Minimum : 4 tests
Oral	25% de la note globale	

Programme:

Grammar

First Year (Review)	Second year
Present Simple, Progressive and Perfet	Uses of gerunds and infinitives
Past Simple, Progressive and Perfect	Comparison
Future Simple, Progressive and Perfect	Modal Verbs
Quantifiers	Reported Speech
Prepositions	Conditional sentences
	Passive Voice

Communication

Business Letters	Faxes	CV/Resumes
Emails	Memoranda	Messages
Data sheets	Telephoning	Socializing and Small Talk

Functions (free dialog completion, no prompts)

(Dis) agreement	Opinion	Apologizing	Suggestions
Advice	Complaining	Reproach	Giving Instructions

Interpreting graphs

Themes and Vocabulary

Modules	Theme	Some indicators of the areas to be covered
0	Personal Development	Developing one's career Behavioral competencies and goal setting Self-awareness and Communication Job description
1	Figures, numbers, currencies and measures	Ordinal, cardinal, fractions, phone numbers, ... Names and symbols of currencies Metric and traditional measures
2	Corporate culture	Industry groups Types of businesses Corporate structure and organization Roles and responsibilities Organization chart Setting up a business in Morocco Joint venture Merger Acquisition Buyout ... Bankruptcy
3	Marketing	Marketing mix Branding Packaging Distribution: Channels Types of outlets Wholesalers & Retailers Non store retailing Franchising Property Rights
4	Management	<ul style="list-style-type: none"> • Management Styles • Managing People <ul style="list-style-type: none"> Staffing /Manpower planning Recruitment Selection Retention Motivation Incentives Pay and benefits Fringe benefits Redundancies Pension scheme Maternity/ Paternity / Sick leave Days off Bank holidays • Managing Teams • Managing Conflict • Managing Quality TQM
5	Transport	Documents and terms
6	Banks and Means of Payment	Types of bank accounts ATM – statement -transaction fees - balance- overdraft- Means and modes of payment
7	Buying, Selling and Negotiating	Quotation- (Pre-)Invoice - Discount - terms of delivery- Shipping fees-
8	International Trade	Free Trade Agreements and Trading Groups Documents used in foreign trade Restrictions and protectionism Globalization

Culture

Cultural Differences

Ethics in the workplace

- Mobbing Harassment Gender discrimination Punctuality
- Interpersonal relationships Honesty
- Non verbal communication

Do's and Don'ts in Moroccan, American and British cultures

- traditions and customs
- religious backgrounds
- socializing
- meetings

Primera unidad : En la recepción

Objetivos generales

- Identificar/ reconocer al cliente; saludos y fórmulas de cortesía
- Escribir los datos personales del cliente
- Deletrear para aclarar dudas
- Atender las peticiones de clientes con reserva/ sin reserva
- Proponer/ describir una habitación diferente a la solicitada
- Hablar con fluidez sobre equivalencias de divisas: dominar los números
- Preguntar por la duración de la estancia
- Informar al cliente de las ofertas
- Ofrecer los servicios del hotel

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Verbos irregulares: pensar, dar, querer, tener, poder, valer, sentir, preferir
- Algunos usos de ser y estar
- Adverbios interrogativos
- Tiempos verbales: presente, pretérito perfecto, imperfecto y condicional de cortesía
- Imperativo afirmativo y negativo en las personas usted/ ustedes
- Para hablar del futuro: el presente; ir a + infinitivo; pensar + infinitivo; futuro
- Frase condicional con si + presente del indicativo
- Dar a = abrirse sobre
- Quedarse = permanecer

Elementos de vocabulario

- Glosario relativo al hotel
- Gentilicios
- Profesiones

Secunda unidad: En la cafetería

Objetivos generales

- Pedir/ rechazar un servicio de cafetería o restaurante
- Ofrecer/ recomendar un servicio de cafetería o restaurante
- Tomar nota del pedido y reaccionar antes los clientes
- Práctica con precios: dominio de los números
- Evaluar un restaurante

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Precios
- Verbos irregulares: probar; recomendar; haber; traer; decir; elegir; pedir; sugerir
- Tiempos verbales: presente; pretérito perfecto, futuro
- Subjuntivo para aconsejar o sugerir
- Uso de ser u estar en la valoración, de comidas, bebidas y restaurantes
- Perífrasis: acaba de + infinitivo; ir a + infinitivo; tener que + infinitivo
- Verbos pronominales: apetecer; parecer
- Expresiones de tiempo: ahora mismo; en seguida; ya; un momento
- Expresiones de aceptación: muy bien, de acuerdo, está bien así

Elementos de vocabulario

- Conocimiento de vocabulario relativo al menú, a las comidas y a las bebidas

Tercera unidad: En la oficina de turismo

Objetivos generales

- Pedir y facilitar información sobre direcciones
- situar y dar información sobre lugares de interés
- Pedir y dar información sobre horarios; excursiones, etc
- Proponer, sugerir viajes
- Informar sobre el tiempo y las temperaturas

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Verbos irregulares: encontrar, helar, nevar, conocer, disponer, hacer, llover, torcer, convenir, ir, salir, seguir
- Proposiciones para situar: a; en
- Construcciones para localizar: al lado de, cerca de, lejos de, a la derecha, a la izquierda
- El relativo “que”
- Las horas/ los días de la semana
- Expresar la frecuencia: todos los días excepto...; cada dos/ tres días; etc
- Indefinido; imperativo; futuro simple e imperfecto de cortesía

Elementes de vocabulario

- Glosario relativo al dominio de la ciudad y al tiempo de ocio (fin de semana y vacaciones)

Cuarta unidad: En la agencia de viajes

Objetivos generales

- Dar información sobre los servicios de hoteles y alojamientos
- Describir las características de las diferentes categorías hoteleras
- Comparar los alojamientos
- Preguntar por las preferencias de los clientes

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Verbos para situar: encontrarse; estar situado/a; encontrarse situado/a
- Repaso de los números en relación con los teléfonos
- Recursos para describir; disponer de; componerse de; tener; ser; distinguirse por; ser conocido/ a por; tener forma de; corresponder a
- Recursos para comparar: más que, tan ...como; ser inferior/superior a: ser del mismo/misma ...que

Elementes de vocabulario

- Léxico relativo al tema de la unidad

Quinta unidad: Al teléfono

Objetivos generales

- Aprender los recursos de las conversaciones y mensajes telefónicos
- Ejercitar la capacidad de resolver problemas por teléfono
- Efectuar llamadas

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Repaso de las horas
- Estilo indirecto para dejar mensaje: dígame
- El uso del subjuntivo detrás de verbos como: necesitar que; querer que; y en construcciones como para que

Elementes de vocabulario

- Vocabulario relacionado con las llamadas: cuota; hora punta; cobro revertido; tarifas

Sexta unidad: Despedir al cliente

Objetivos generales

- Familiarizar a los estudiantes con el momento de la despedida de los clientes: el momento en que se les da cuenta
- Prepararlos para que reaccionen antes quejas y reclamaciones, argumentando sin perder el tono educado y amable
- Aprender a disculparse cuando el error lo ha cometido la agencia o el hotel
- Ejercitarse en la elaboración de breves cartas en respuesta a peticiones de los clientes

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Expresiones relacionadas con las despedidas: le deseo que tenga un buen viaje; espero que volvamos a verla por aquí; espero que sigas aquí cuando vuelva; gracias por todo
- Expresiones relacionadas con la preparación de la factura; ¿está preparada mi factura?
- Recursos para pedir disculpas: lo siento pero...; disculpen...; comprendemos su enfado...; vamos a hacer lo imposible para...; disculpen, pero lo cierto es que...
- El subjuntivo para expresar deseo: espero que; que tenga un buen viaje; ...
- El estilo indirecto para transmitir lo escrito en las cartas de los clientes

Elementos de vocabulario

- Léxico relaciona con los despedidos y las reclamaciones de los clientes

Séptima unidad: El mecanismo de la reserva

Objetivos generales

- Presentación de los pasos del proceso de la reserva
- Presentación de documentos utilizados en la reserva
- Comprender el contenido de faxes, cartas, télex, publicidad
- Aprender a redactar faxes, cartas de petición de información, cartas de respuesta

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Vocabulario relacionado con las reservas: contrato, catálogo, folleto reserva definitiva, suplemento, confirmación
- Abreviaturas de interés: aeropuerto (apt); gracias (grcs); reserva (resa); saludos (slds); télex (tx)
- Vocabulario relacionado con los participantes en un viaje reservado: agencia receptiva; agencia minorista; agencias locales; guías

Octava unidad: Lo que esperan de ti tus clientes

Objetivos generales

- Conocer las necesidades de los clientes
- Dar modelos de circuitos de fin de semana
- Reconocer las mejores ofertas y detectar fallos
- Consolidación y ampliación del vocabulario

Elementos lingüísticos y de vocabulario que deben tenerse en cuenta

- Vocabulario relacionado con circuitos: circuitos culturales; restaurantes típicos; pueblo de montaña; documentación completa; está incluido en el precio; conocido por; programa de visitas; almuerzo libre; excursión a
- Vocabulario relacionado con monumentos; mezquita; catedral; civilización musulmana; arcos y columnas; barrio judío; el zoco; palacio; casas antiguas; patios típicos; arquitectura popular; ermitas; castillo; el templo; etc
- Repaso y consolidación de las preposiciones del estilo indirecto

Material de referencia

- El español del hotel, Concha Moreno y Martina Tuts
- Primer plano, vida cotidiana, María Ángeles Palomino y Alfredo González Hermoso (Tareas en Internet)

-Encuadres Gramaticales

Destrezas seguidas

-Comprensión lectora

-Comprensión auditiva

-Ponencias

S.3- COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Le titulaire du BTS MT exerce son activité sous l'autorité du chef d'entreprise ou d'un cadre dirigeant. Il occupe une position particulière au sein de l'entreprise par son rôle d'interface, dans les relations internes et externes, y compris dans un contexte international.

Il est amené à mobiliser en permanence les outils qui relèvent des technologies de l'information et de la communication.

L'enseignement vise donc, à rendre le lauréat capable, dans le contexte des activités liées à la vie de l'entreprise :

- de se situer dans un milieu relationnel donné ;
- de communiquer efficacement, oralement et par écrit.

Cet enseignement prend appui sur des mises en situation car il vise simultanément l'acquisition de savoirs et de savoir-faire et le développement d'aptitudes contribuant à la formation générale du candidat.

Recommandations Pédagogiques

Programme

Ce programme est conçu pour être utilisé pendant les **deux années** de préparation au B.TS « MT ».

Le contenu est divisé en **4 modules** à savoir :

- Le concept de base de la communication
- Les enjeux de la communication
- La communication orale professionnelle
- La communication écrite professionnelle

IL est recommandé :

- d'alterner les apports théoriques et pratiques en mettant l'accent sur les **jeux de rôle** et les **simulations (l'effectif du groupe ne doit pas dépasser 15 étudiants)**
- de demander à l'étudiant de réaliser un exposé de 10 à 15 minutes sur un sujet.
- De prévoir une **grille d'évaluation** pour toute situation de communication orale.

Evaluation

- La communication écrite est évaluée tout au long des deux années de formation.
- La communication orale est évaluée tout au long des deux années de formation via les exposés, les mises en situation, les actions professionnelles et le rapport de stage

Savoirs	Savoirs associés	Compétences
<p>S31 CONCEPT DE BASE DE LA COMMUNICATION</p>	<p>S311 Situation de la communication</p> <p>S3111 Composantes formelles (émetteur, récepteur, code, canal, message, feed-back) S3112 Composantes relationnelles et situationnelles (cadre de référence, groupe d'appartenance, statut, rôle)</p> <p>S312 Variétés des situations de communication</p> <p>S3121 En fonction de la structure de l'organisation (hiérarchiques, fonctionnelles) S3122 En fonction de l'organisation de la communication (formelles, informelles) S3123 En fonction de la transmission des informations (verticales : descendante/ascendante, latérales) S3124 En fonction du récepteur (interpersonnelles, de masse, de groupe) S3125 En fonction des supports utilisés (écrites, orales, visuelles, audiovisuelles)</p> <p>S313 Formes de la communication</p> <p>S3131 Verbal (structure du message, niveaux et registre de langage) S3132 Non verbal (gestes, mimiques, regard, posture, apparence physique, distance...)</p> <p>S314 Facteurs d'échec de la communication</p> <p>S3141 Barrières individuelles (d'ordre cognitif, affectif, comportementale) S3142 Barrières collectives (technique, économique...)</p> <p>S315 Les comportements facilitateurs de la communication</p> <p>S3151 Préparation du message S3152 Ecoute active S3153 Questionnement S315 Reformulation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyser et schématiser une situation de communication ➤ Identifier les différentes composantes d'une situation de communication ➤ Caractériser les différents types de communication ➤ Identifier les formes de la communication ➤ Repérer les facteurs d'échec à la communication ➤ Déterminer les critères d'efficacité d'une communication
<p>S32 LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION</p>	<p>S321 Communication externe</p> <ul style="list-style-type: none"> • avec les partenaires extérieurs, • l'image de marque de l'entreprise, • message publicitaire, • plan média, • cahier de charge <p>S322 Communication interne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Culture d'entreprise, • Stratégie de la communication (écrite, orale) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Développer une communication motivante ➤ Favoriser et faciliter les échanges

<p>S33 LA COMMUNICATION ORALE PROFESSIONNELLE</p>	<p>S331 Communication interpersonnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Accueil ➤ Entretien téléphonique ➤ Entretien (négociation, évaluation...) <p>S332 Communication de groupe</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Exposé ➤ Réunion (organisation, animation) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maîtriser les règles de base d'une situation de communication orale ➤ Prendre la parole devant un groupe
<p>S34 LA COMMUNICATON ECRITE PROFESSIONNELLE</p>	<p>S341 Caractéristiques et objectifs des écrits S3412 Critères de choix d'un document écrit S3413 Outils de la communication écrite :</p> <p>S3431 Les outils classiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • lettre commerciale : • demande d'informations et réponse • Commande et réponse (bon et bulletin de commande) • Livraison (bon de livraison et de réception, facture) • Réclamations et réponse • Notes (service/d'information, instructions, synthèse) • Rapport (d'analyse, d'activité, de stage) • Compte rendu (réunion) <p>S3432 les outils électroniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les règles spécifiques à l'écrit électronique • le courrier email • publipostage • conception de formulaires 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyser la situation de communication écrite ➤ Choisir le type de document ➤ Rédiger, mettre en forme et diffuser le document

S.4- MATHEMATIQUES

S4.1 Mathématiques	
<i>Savoirs</i>	<i>Limites</i>
ANALYSE :	
1.1. Etude de fonctions 1.2. Les suites 1.3. Etude des fonctions logarithmiques et exponentielles 1.4. Les intégrales	<ul style="list-style-type: none"> - Donner la définition des fonctions numériques à une seule variable; - Définir les notions de bases suites numériques (Suites arithmétiques et géométriques) ; - Mettre en évidence l'utilité des fonctions logarithmiques et exponentielles - Définir les notions d'intégrales et primitives des fonctions numériques usuelles.
ANALYSE COMBINATOIRE :	
1.5. Arrangements 1.6. Permutations 1.7. Combinaisons	
PROBABILITES :	
1.8. Notions générales 1.9. Probabilités conditionnelles	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de l'arrangement, permutation et combinaison; - Mettre en évidence l'utilité du calcul de l'arrangement, permutation et combinaison; - Définir la notion de probabilité (variable discrète); - Mettre en évidence l'utilité du calcul de la probabilité des causes ;
S4.2 Statistiques et mathématiques financières	
S42.1 MATHEMATIQUES FINANCIERES	
- Mathématiques financières	<ul style="list-style-type: none"> - Calculer les intérêts simples et composés; - Déterminer l'équivalence des taux; - Déterminer les annuités;
S.42.2- STATISTIQUE APPLIQUEE	
- Statistiques comme base de décision	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborer les séries statistiques; - Construire les graphiques, - Interpréter les tableaux statistiques; - Calculer les mesures de tendance centrale; - Calculer les mesures de dispersion; - Etudier les séries statistiques à double caractère; - Calculer et interpréter les indices.

2.2- Savoirs spécifiques (professionnels): Contenus et limites de connaissances

S.5- INFORMATIQUE DE GESTION

Contenus	Limites
<p>S51 : Se situer dans le système d'information et maîtriser son poste de travail</p> <p>S511 : Système d'information de l'organisation Système d'information, système d'information comptable Sous-système informatisé, sous-système informatique</p> <p>S512 : Configuration et organisation du poste Les standards de la micro-informatique en termes de logiciels et matériels. Les fonctionnalités essentielles du système d'exploitation. La sauvegarde et la sécurité des données La personnalisation de l'interface</p> <p>S513 : Réseau local, réseau étendu L'organisation d'un réseau local Les équipements réseau L'architecture client serveur Les outils et protocoles de l'Internet et de l'intranet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Écarter toute approche théorique ou exhaustive. Orienter l'enseignement vers l'approche de base de données et vers des solutions professionnelles. - Configurations et principales caractéristiques technologiques actuelles. - Représentation fonctionnelle des couches logicielles. - On se limitera à la gestion des supports, des répertoires et des fichiers. - On se limite aux notions d'utilisateur, de groupe, de ressource, de partage et de permissions. - Description fonctionnelle des équipements nécessaires. - On se limite à présenter sur des exemples, les enjeux de cette architecture. - On se limite à citer les principaux protocoles du moment, leur rôle et les outils qui en découlent.
<p>S52 : Utiliser les logiciels de communication</p> <p>S521 : Texteur Règles typographiques et de mise en forme de textes Reconnaissance optique des caractères Publipostage</p> <p>S522 : Tableur – grapheur Règles de présentation des données chiffrées sous forme de tableau ou de graphique</p> <p>S523 : Logiciel de PréAO Règles de conception d'un diaporama Fonctionnalités essentielles</p> <p>S524 : Logiciels de messagerie Fonctionnalités de base.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Manipulations qui favorisent l'efficacité (en dehors de la dextérité de la frappe). - On insistera sur l'adéquation entre le document terminé et le message à porter.
<p>S53 : Développer des applications bureautiques</p> <p>S531 : Autour de l'outil tableur Principes du tableur, fonctionnalités et fonctions de base Algorithmique Automatisation</p>	<p>On insistera sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions couramment utilisées en gestion : fonctions statistiques, financières, logiques ou de recherche. - Les fonctionnalités propres à aider la prise de décision : simulation, filtrage de données, outils d'optimisation. - La notion de variable, déclaration et affectation. - Les structures algorithmiques de base : séquence alternative et itérative. - La macro-commande, formulaire.

S.6- ECONOMIE ET DROIT APPLIQUES AU TOURISME

<i>Savoirs</i>	<i>Limites</i>
S.6.1- LES FONDEMENTS DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE	
- L'économie et son domaine	<ul style="list-style-type: none"> - Donner la définition de l'économie - Définir les notions de bases (biens et besoins) - Cerner Champs d'application de l'économie - Présenter les principales caractéristiques des courants de la pensée économique.
- Le Marché	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion du marché; - Définir les éléments du marché : offre, demande, prix - Déterminer les différents types de marché : Marché de biens et services, de travail, de capitaux - Préciser les régimes du marché : classification de STAKLBERG
- Les acteurs de l'activité et économique et le circuit économique	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en évidence les agents économiques et leurs fonctions; - - Présenter le circuit économique - Présenter l'équilibre Emplois/Ressources.
S.6.2- LES FONCTIONS ÉCONOMIQUES	
S621 La production	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de production; - Préciser les différents types et facteurs de production - Mesurer la production (en montrant la part du secteur touristique dans le PIB) - Préciser les spécificités de la production touristique (types et caractéristiques)
S622 La consommation	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de la consommation - Préciser les différents types de consommation - Déterminer les déterminants de la consommation - Préciser les spécificités de la consommation touristique
S623 L'épargne	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de l'épargne - Préciser les différents types de l'épargne - - Préciser les déterminants de l'épargne
S624 L'investissement	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de l'investissement - Préciser les différents types de l'investissement - - Préciser les déterminants de l'investissement - Préciser les différents moyens de financement de l'investissement (interne, externe indirect et direct) - Mettre en évidence l'investissement touristique
S625 La répartition	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de répartition - Préciser les différentes modalités de la distribution et redistribution du revenu (instruments et objectifs)
S.6.3- LE FINANCEMENT DE L'ECONOMIE	
S631 La monnaie	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de la monnaie - Préciser les différentes formes et fonctions de la monnaie - - Définir la notion de la masse monétaire et ses contreparties
S632 Le marché des capitaux	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter les mécanismes du financement direct et indirect - Définir la notion du marché monétaire - - Définir la notion du marché financier

S633 Le système monétaire international (SMI)	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter la notion du SMI - Mettre en évidence les rôles des institutions financières internationales (Banque mondiale, FMI, ... etc.) dans le financement de l'économie;
S.6.4- LES ECHANGES INTERNATIONAUX	
S641 Les fondements des échanges internationaux	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de commerce international - Présenter les théories du commerce international (A. Smith, D. Ricardo, H.O.S) - Définir et étudier le protectionnisme et libre échange.
S642 Les mesures des échanges internationaux	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de la balance des paiements - Déterminer et analyser les différents taux de commerce international (taux d'ouverture, taux de couverture, taux de pénétration, terme d'échange)
S643 Marché de change	<ul style="list-style-type: none"> - Définir les taux de change fixe et les taux de change flottant - Etudier les incidences des variations du cours des changes sur l'activité touristique; - Mesurer le poids des principales monnaies dans les échanges internationaux
S644 Les échanges touristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Préciser les différents types de tourisme - Déterminer les flux touristiques - Etudier et analyser les conséquences économiques, sociales, écologiques, flux touristiques. - Présenter les accords bilatéraux et multilatéraux dans le cadre de la mondialisation.
S.6.5- LA REGULATION DE L'ECONOMIE	
S651 La régulation par le marché	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de régulation par le marché - Déterminer les mécanismes de formation du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel; - Préciser les différentes modalités de la détermination des prix des produits touristiques (Par l'offre et la demande touristiques) - Présenter les limites de la régulation par le marché.
S652 La régulation par l'Etat	<ul style="list-style-type: none"> - Définir les objectifs de l'intervention de l'Etat; - Déterminer les mécanismes de l'intervention de l'Etat: présentation des politiques économiques, objectifs et instruments (monétaire, budgétaire, fiscale) - Préciser les orientations de l'Etat en matière de tourisme (actions spécifiques, résultats attendus, etc.) - Présenter les limites de l'intervention de l'Etat.
S.6.6- NOTION DE DROIT	
- Le droit et l'activité économique	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en évidence la nécessité d'un cadre juridique pour l'organisation de l'activité économique.
- Les sources et branches du droit	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter les différentes sources de droit; - Présenter les différentes branches de droit;
- L'organisation judiciaire	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter les différentes juridictions.
- Les actes et les faits juridiques	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguer acte et fait juridique; - Préciser les moyens de preuve dans les actes et les faits juridiques;
- La personnalité et la capacité juridique	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguer les personnes physiques et morales; - Identifier les conditions de la capacité juridique;
- Droit de propriété	<ul style="list-style-type: none"> - Préciser les conditions juridiques du droit de propriété;

S.6.7- LES CONTRATS ET LES OBLIGATIONS

<ul style="list-style-type: none"> - Notion d'obligations - Notion de contrats 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les différentes formes et sources des obligations; - Identifier les conditions générales de formation et de validité des contrats; - En déduire les conséquences au niveau du régime de la nullité.
--	--

S.6.8- APPROCHE JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE

<ul style="list-style-type: none"> - Le commerçant et le fonds de commerce : <ul style="list-style-type: none"> - Les actes de commerces - Définition du commerçant - Les conditions de la qualité du commerçant - Les obligations du commerçant - Définition du fonds de commerce - Les opérations effectuées sur le fonds de commerce - Les moyens de règlement: (Le chèque, Lettre de change et Billet à ordre) - Les formes juridiques des entreprises: <ul style="list-style-type: none"> - Entreprises individuelles et entreprises sociétaires - Société de personnes et 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les actes de commerce par nature, par forme et accessoires; - Préciser les conditions liées à l'activité et à la personnalité du commerçant; - Identifier les différents éléments corporels et incorporels du fonds de commerce; - Préciser la vente, la location et l'hypothèque du fonds de commerce; - Création, circulation et encaissement des moyens de règlement, - Distinguer les entreprises individuelles de celles sociétaires; - Préciser les différentes caractéristiques des sociétés de personnes et de capitaux; - Préciser les différentes caractéristiques des sociétés : SNC, SARL, SA - Préciser les étapes de la constitution, fonctionnement et la dissolution de ces trois formes d'entreprises;
---	--

S.6.9- LA LEGISLATION DU TRAVAIL

<ul style="list-style-type: none"> - Les relations individuelles de travail: <ul style="list-style-type: none"> - Contrat du travail - Durée légale du travail - Rémunération - Les accidents du travail - Les relations collectives de travail: <ul style="list-style-type: none"> - La représentativité du personnel - La négociation collective 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir et préciser les formes du contrat de travail (CDI, CDD, CTT), - Préciser les obligations des deux parties - préciser les conditions de validité et de nullité. - Préciser la durée légale du travail (en montrant la particularité dans les activités touristique) - Préciser la durée du repos hebdomadaire - Préciser la durée du congé annuel - Préciser le salaire de base (en montrant sa particularité dans les activités touristiques : pourboire) - Préciser et déterminer les heures supplémentaires - Déterminer le salaire brut et net (voir CNSS et CIMR pour les cotisations) - Définir l'accident du travail - Déterminer les indemnités des accidents du travail - Définir et préciser le rôle du délégué du personnel, les syndicats du personnel et le comité d'entreprise; - Définir l'objet, les modalités et l'intérêt de la négociation collective; - Observer les accords et les conventions applicables au domaine du tourisme;
--	---

<ul style="list-style-type: none"> - Les conflits collectifs - Les prévoyances sociales: <ul style="list-style-type: none"> - La CNSS - La CIMR 	<ul style="list-style-type: none"> - Repérer les diverses formes de conflits collectifs et souligner, à partir de situations concrètes, leurs modes de résolution. - Préciser les taux des différentes cotisations sociales - - Préciser les différentes prestations sociales
S.6.10- LES RAPPORTS CONTRACTUELS ENTRE LES PROFESSIONNELS DU TOURISME	
<ul style="list-style-type: none"> - Rapports contractuels entre les prestataires de service: <ul style="list-style-type: none"> - Rapports entre agences de voyages et tour opérateurs. - Rapports entre agence de voyages et transporteurs (aérien, maritime) - Le contrat hôtelier - Rapports professionnels du tourisme et clients: <ul style="list-style-type: none"> - Le contrat de voyage - Contrats conclus avec le client dans le cadre de l'hébergement touristique - Rapports entre transporteurs et client (transport par voie terrestre) - Rapports entre transporteurs et client (transport par voie maritime) - Rapports entre transporteurs et client (transport par voie aérien) 	<ul style="list-style-type: none"> - Préciser le cadre réglementaire - Préciser le régime juridique - Définir et montrer les différentes formes du contrat (d'accréditation, affrètement) - Préciser les conditions de ces contrats (agrément) - Préciser les droits et les obligations des deux parties - Préciser la réglementation sur le plan national et international - Préciser la nature juridique du contrat en droit comparé (droit marocain) - Définir le régime juridique du contrat d'hôtellerie; - Préciser les obligations et les responsabilités contractuelles dans le cadre du contrat d'hôtellerie; - Définir le contrat de souscription pour un droit d'hébergement hôtelier domicilié à un hôtel (objet, forme et caractéristiques) - Définir les modalités de transport par autocar (transport des personnes et des bagages); - Préciser les obligations du contrat de location de voitures (pour le locataire et le loueur) - Préciser les conditions d'exécution du contrat de transport maritime (transport des passagers et bagages) - Définir les responsabilités du transporteur maritime vis-à-vis du client - Préciser le rôle et mission l'Association du Transport Aérien International (IATA) - Préciser les conditions d'exécution du contrat de transport aérien (transport des passagers et bagages) - Définir les responsabilités du transporteur aérien vis-à-vis du client - Préciser les droits et obligations du passager.

S.7- HISTOIRE ET GEOGRAPHIE DU TOURISME

<i>Savoirs</i>	<i>Limites</i>
S.7.1- HISTOIRE	
<ul style="list-style-type: none"> - Initiation à l'histoire du Maroc - L'évolution historique du tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les grandes étapes ayant marqué l'histoire du Maroc (la préhistoire, la période romaine, la conquête musulmane, le protectorat, le Maroc indépendant..) - Connaître les différentes dynasties et l'organisation politique et administrative au Maroc - Connaître l'évolution historique du tourisme - Connaître les facteurs à l'origine du développement du tourisme
S.7.2- PATRIMOINE	
<ul style="list-style-type: none"> - La notion de patrimoine: <ul style="list-style-type: none"> - Aspects socioculturels - Aspects réglementaires - Typologie du Patrimoine 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir l'évolution du concept - Préciser la notion du patrimoine, mémoire et identité - Présenter la réglementation et les administrations concernées - Préciser la législation spécifique à la protection de l'environnement et du patrimoine. - Définir les différents types de patrimoine (matériel, immatériel et naturel)
S.7.3- GEOGRAPHIE DU TOURISME	
<ul style="list-style-type: none"> - Eléments caractéristiques de la géographie touristique - Les grands bassins touristiques mondiaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les aspects géographiques et climatiques du pays, - Connaître les aspects touristiques naturels, - Connaître les grandes régions touristiques au Maroc, - Connaître les destinations émergentes. - Connaître les principales destinations touristiques (bassin méditerranéen, l'Europe occidentale, le Mexique...). - Connaître les aspects culturels dans les principaux foyers touristiques.

S.8- MANAGEMENT DES ORGANISATIONS TOURISTIQUE

<i>Savoirs</i>	<i>Limites</i>
S.8.1- LES ORGANISATIONS TOURISTIQUES	
S.8.1.1- TECHNOLOGIE HOTELIERE	
<ul style="list-style-type: none"> - Structure de l'entreprise hôtelière - Fonctionnement de l'entreprise hôtelière - Associations des Hôtels 	<ul style="list-style-type: none"> - Caractériser les principales structures d'organisations touristiques en mettant en évidence : les critères de structuration, les moyens de coordination, le degré de centralisation; - Identifier les principaux facteurs d'évolution de ces structures (système technique, environnement, âge, taille, stratégie, projet). - Maîtriser les normes de la classification des hôtels; - Connaître les différentes catégories d'entreprises touristiques - Identifier les différents services d'un hôtel; - Etablir un schéma d'organisation d'un hôtel. - Maîtriser le fonctionnement du service réception - Connaître les fonctions assurées par le service caisse. - Identifier les principales activités du service conciergerie.
S.8.1.2- TECHNOLOGIE FOOD & BEVERAGE (F&B)	
<ul style="list-style-type: none"> - Evolution du concept de restauration et l'organisation du département F&B - Menus : support de vente en restauration 	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les principales étapes de l'évolution de la restauration; - Connaître les caractéristiques des différents concepts et formules de restauration; - S'initier de la planification F&B; - Connaître l'organisation générale du département F&B; - Identifier le processus du circuit nourriture et boissons; - Connaître les différents types de production en restauration - Définir les différents types de menus; - Présenter les méthodes d'élaboration de la carte et menu, - Présenter les étapes d'élaboration de la fiche technique;
S.8.1.3- AGENCES DE VOYAGES	
<ul style="list-style-type: none"> - Définitions, activités et classifications, - Rôles et missions - Associations d'agences de voyages - Statut des guides touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Donner une définition juridique de l'agent de voyage, - Définir les activités d'une agence de voyage; - Définir la notion du forfait touristique, - Classifier les différents types d'agences de voyages; - Déterminer les conditions d'exercice de l'activité d'agent de voyage (Obligations liées à l'exercice de l'activité d'agent de voyage, Procédure d'attribution de la Licence d'exploitation....); - Présenter les rôles et missions du secteur des Agences de Voyages au Maroc (sur le plan économique, en terme du produit « l'offre et la demande ».....); - Préciser le rôle et mission de la Fédération Nationale des Agences de Voyages au Maroc (FNAVM). - Préciser le rôle et mission la Fédération Universelle des Agences de Voyages au Maroc (FUAAV). - Délimiter le champ de l'activité du guide accompagnateur et guide de tourisme et du guide de montagne.

<ul style="list-style-type: none"> - Techniques de cotation 	<ul style="list-style-type: none"> - Déterminer les conditions d'attribution de l'agrément, - Présenter la réglementation de l'exercice de l'activité du guide touristique. - Définir la notion de cotation; - Définir les notions: séjour, circuit touristique, excursion, voyage organisé, séminaire et congrès. - Calculer le coût de production direct, coût de revient, le prix de vente et la marge d'un séjour, circuit touristique, excursion.....etc.,
--	--

S.8.2- L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA PRISE DE DECISION

<ul style="list-style-type: none"> - L'information - Un groupement humain - La prise de décision 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir l'information et mettre en évidence son rôle dans la prise de décision; - Définir le concept de mémoire de l'organisation, en préciser le rôle; - Définir la notion de veille; - Observer le système d'information d'une organisation touristique et situer ces différents concepts. - Mettre en évidence le rôle des hommes dans l'organisation touristique et la dynamique de ce groupe; Montrer la nécessité de l'existence d'une structure de pouvoir dans l'organisation; - Définir les notions de centralisation, de décentralisation et de délégation des pouvoirs; - Caractériser le comportement des dirigeants et son évolution. - Identifier les étapes du processus de décision; - Repérer les différents niveaux de décision; - Mettre en évidence les obstacles à une prise de décision rationnelle (contraintes de temps, de ressources, ...).
--	--

S.8. 3- L'ORGANISATION TOURISTIQUE, ET LE STRATEGIES

<ul style="list-style-type: none"> - La notion de stratégie - L'analyse de la dynamique concurrentielle - Les choix stratégiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Montrer, dans le cadre d'une organisation touristique et de son évolution, la diversité des objectifs et leur hiérarchie éventuelle; - Définir les notions de domaine d'activité, de métier, de segmentation stratégique (en prenant appui sur un cas particulier du secteur du tourisme) - Identifier et analyser le contexte concurrentiel de l'organisation touristique; - Apprécier le potentiel de l'organisation touristique, ses forces et faiblesses eu égard aux capacités adverses; - Identifier les facteurs clés de succès et apprécier la position concurrentielle de l'organisation. - Identifier les principales voies de développement stratégiques pour une organisation; - Préciser les principales modalités; - Mettre en évidence leurs intérêts et leurs limites.
---	---

S.8.4. L'ORGANISATION TOURISTIQUES ET LA GRH

- La gestion des ressources humaines (GRH)

- Les choix opérationnels:
- Dans le domaine des ressources humaines

- Construire et présenter le bilan et le compte de résultat ;
 - Utiliser l'annexe pour commenter le bilan et le compte de résultat.

- Définir la G.R.H. et préciser l'évolution de ses objectifs;
- Montrer ses enjeux pour l'organisation touristique et les salariés;
- Caractériser le contenu, les méthodes d'analyse et les enjeux de la gestion prévisionnelle de l'emploi dans l'organisation touristique.

- Analyser l'évolution et les modalités de mise en œuvre de la G.R.H. concernant le recrutement, la formation, la rémunération, la motivation,...
- Observer quelques éléments du dialogue social d'une organisation touristique.

S.9- MARKETING TOURISTIQUE

<i>Savoirs</i>	<i>Limites</i>
S.9.1- INITIATION AU MARKETING	
<ul style="list-style-type: none"> - L'évolution historique du concept mercatique - La démarche mercatique 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir le concept mercatique; - Etudier l'évolution historique du concept mercatique (optique de la production, de la vente et optique mercatique); - Faire un diagnostic (interne et externe); - Elaborer des plans de marchéage; - Contrôler, évaluer et réorienter une action mercatique; - Mettre en évidence l'état d'esprit marketing; - Etudier l'évolution du rôle du marketing dans la gestion des entreprises.
S.9.2- LA SERVUCTION	
<ul style="list-style-type: none"> - Les spécificités de la mercatique des services - Le système de servuction 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir les caractéristiques de la mercatique des services (L'intangibilité, la variabilité, l'inséparabilité, la saisonnalité) - Définir le concept 'servuction' - Définir et étudier les composantes du système de servuction (personnel en contact, supports physiques, le client et le service). - Etudier la gestion des rapports clients, personnel en contact et supports physiques;
S.9.3- LA CONNAISSANCE DES BESOINS ET DU MARCHÉ	
<ul style="list-style-type: none"> - La notion de marché - La connaissance du consommateur - La segmentation - Le ciblage et le positionnement 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir le concept marché (Définition économique et mercatique); - Identifier les différentes formes du marché (marché généraliste, niche, marché en amont, marché en aval, marché actuel et marché potentiel) - Préciser les différentes méthodes d'analyse du marché (demande/offre/environnement, quantitative/qualitative) - Analyser la demande au niveau individuel (étude des besoins, les motivations et les freins et les attentes); - Analyser la demande au niveau interpersonnel (l'étude de l'influence des différents types d'environnement de socialisation interpersonnel : famille, école, associations, clubs...) - Analyser la demande au niveau sociétal - Analyser la demande au niveau économique (marché non concentré/concentré/très concentré et l'élasticité de la demande) - Définir le concept 'segmentation' - Etudier les variables de segmentation - Déterminer les qualités de choix des variables de segmentation - Préciser Les différents niveaux de la segmentation (la macro segmentation la micro segmentation) - Définir la notion du ciblage - Déterminer les qualités de choix d'un segment - Définir la notion du positionnement

S.9.4- LA RECHERCHE D'INFORMATION ET LES TECHNIQUES D'ETUDE DE MARCHE	
<ul style="list-style-type: none"> - Les études documentaires - Les études quantitatives - Les études qualitatives - Les panels 	<ul style="list-style-type: none"> - Préciser les sources d'information - Identifier le système d'information marketing - Définir la notion de l'échantillonnage (Choix, taille,...) - Elaborer et analyser un questionnaire - Présenter les étapes d'une étude qualitatives (focus group, entretien en face à face, observation...) - Définir les panels consommateurs et les panels distributeurs
S.9.5- LA POLITIQUE PRODUIT	
<ul style="list-style-type: none"> - Notion du produit touristique - Le cycle de vie d'un produit touristique - La marque d'un produit touristique - La gamme d'un produit touristique - Les stratégies sur le produit touristique 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir le produit touristique - Identifier les différents types de produits touristiques - Déterminer les différentes formes de produits touristiques (le produit de base, le produit global, le produit périphérique,... etc.); - Définir le cycle de vie du produit typique - Déterminer Les étapes du cycle de vie - Préciser les autres types de cycles de vie atypique - Etudier les portées et les limites du cycle de vie - Etudier la marque de produit - Préciser les qualités et les fonctions de la marque - Etudier et analyser différentes stratégies de la marque - Définir la gamme d'un produit touristique - Définir la ligne d'un produit touristique - Définir la largeur, longueur et profondeur d'une gamme d'un produit touristique - Etudier et analyser différentes stratégies sur les gammes des produits touristiques - Etudier et analyser différentes stratégies (innovation, imitation, positionnement...) - Définir et étudier la matrice BCG et la gestion du portefeuille des produits
S.9.6- LA POLITIQUE DU PRIX	
<ul style="list-style-type: none"> - Les méthodes de fixation de prix - Les stratégies sur les prix - La particularité du yield management 	<ul style="list-style-type: none"> - Présenter les différentes méthodes de fixation du prix (en fonction des coûts, en fonction de la demande et en fonction de la concurrence) - Présenter et étudier les différentes stratégies sur prix (stratégie d'écrémage, de pénétration et d'alignement sur la concurrence) - Définir le concept 'yield management' - Etudier le contexte d'évolution du concept 'yield management'
S.9.7- LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION	
<ul style="list-style-type: none"> - Types de distribution et critères de choix - Différents intermédiaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et apprécier les types de distribution (directe et indirecte) en fonction de leur positionnement. - Proposer des choix optimaux compte tenu de l'environnement, de la législation, des capacités et des orientations stratégiques du point d'offre. - Dégager les caractéristiques des différents intermédiaires.
<ul style="list-style-type: none"> spécifiques du tourisme - Stimulation des revendeurs - Démarchage et prospection (Pour la clientèle affaires et loisirs) 	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer des actions de stimulation. - Identifier les prospects. - Gérer le fichier. - Utiliser et combiner les moyens de prospections adaptés. - Participer à des prospections, assurer l'organisation et le suivi de prospects, apprécier l'impact en fonction du coût.

S.9.8- LA POLITIQUE COMMUNICATION

- Communication hors media	<ul style="list-style-type: none">- Recenser, sélectionner les partenaires- Proposer des actions de mercatique directe, de promotions des ventes et de relations publiques en tenant compte des contraintes externes et internes.
- Communication média	<ul style="list-style-type: none">- Mesurer leurs impacts.- Planifier les actions- Recenser, sélectionner des partenaires- Proposer les médias et supports adéquats en fonction du ciblage et des coûts.- Définir les grandes lignes d'un plan média et en assurer le suivi. Proposer des moyens d'évaluation d'une campagne de publicité.

S.10- COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUES

S.10.1- LA VENTE DE PRODUITS TOURISTIQUES

- Différentes formes de vente	
- Force de vente	<ul style="list-style-type: none">- Identifier et apprécier les différentes formes de vente (face à face ou médiatisée).- Pour chacune, définir les qualités du vendeur.- Définir les types de vendeurs et leurs qualités.- Identifier leurs méthodes de travail et leurs fonctions.- Situer leur place dans l'organigramme.- Participer à la fixation et à la répartition des objectifs de vente.- Suivre la réalisation du plan de vente et réagir.- Comparer différents modes de rémunération.- Établir un profil de poste.- Identifier les besoins en formation.- Proposer des actions de simulation
- Techniques de communication appliquées à la vente	<ul style="list-style-type: none">- Maîtriser les principales techniques de communication.- Préparer l'argumentaire
- Gestion des litiges et des Réclamations	<ul style="list-style-type: none">- Identifier les situations à problème et les procédures de résolution.- Traiter les litiges et les réclamations en lien avec les partenaires.- Instruire et suivre les dossiers.
- Fidélisation	<ul style="list-style-type: none">- Mesurer la satisfaction des clients finals et des revendeurs.- Relancer prospects et clients.- Proposer et mettre en œuvre des techniques de fidélisation.

S.10.2- OPTIMISATION DE L'ACTIVITÉ DU POINT DE VENTE

- Démarche qualité	<ul style="list-style-type: none">- Situer la démarche qualité de l'entreprise ou du service et participer à sa mise en œuvre.- Participer à la rédaction de procédures.- Apprécier la qualité des services à partir de critères définis.- Évaluer forces et faiblesses du point de vente.- Concevoir et exploiter des fiches d'appréciations.
- Suivi des comptes Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">- Lire la position d'un compte, agir en conséquence.- Vérifier, enregistrer la facture des prestataires et fournisseurs.
- Suivi du tableau de bord	<ul style="list-style-type: none">- Participer à l'élaboration et tenir le tableau de bord de l'activité.- Interpréter les situations.
- Coûts, résultats	<ul style="list-style-type: none">- Analyser la structure des coûts.- Calculer les résultats dégagés.- Calculer le seuil de rentabilité.
- Gestion prévisionnelle	<ul style="list-style-type: none">- Suivre les évolutions, dégager une tendance.- Analyser des séries chronologiques, faire des projections.- Établir des budgets de vente.- Déceler et interpréter des écarts

S.11- GESTION ET CONTROLE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

S.11.1- MATHEMATIQUES FINANCIERES

- Mathématiques financières	<ul style="list-style-type: none"> - Calculer les intérêts simples et composés; - Déterminer l'équivalence des taux; - Déterminer les annuités;
-----------------------------	--

S.11.2- STATISTIQUE APPLIQUEE

- Statistiques comme base de décision	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborer les séries statistiques; - Construire les graphiques, - Interpréter les tableaux statistiques; - Calculer les mesures de tendance centrale; - Calculer les mesures de dispersion; - Etudier les séries statistiques à double caractère; - Calculer et interpréter les indices.
---------------------------------------	---

S.11.3- LA COMPTABLE GENERALE

- La comptabilité générale	<ul style="list-style-type: none"> - Enregistrer les opérations en utilisant le système comptable; - Enregistrer les opérations de vente et des achats à partir du système de facturation - Connaître le mécanisme général de la T.V.A - Enregistrer les règlements; - Enregistrer les opérations de paie; - Enregistrer les opérations d'inventaires; - Faire les travaux de fin d'exercice (amortissements, provisions, autres régularisations) - Etablir le Bilan et le CPC
----------------------------	--

S.11.4- LA COMPTABLE DE GESTION

- La comptabilité de gestion	<ul style="list-style-type: none"> - Définir et calculer un coût de revient; - Maîtriser le calcul des marges par les méthodes: <ul style="list-style-type: none"> * des coûts variables *des coûts directs - Montrer les limites de ces approches.
------------------------------	---

S.11.5- PREVISION ET CONTRÔLE FINANCIER

<ul style="list-style-type: none"> - Les prévisions financières: <ul style="list-style-type: none"> - Les prévisions à moyen et long terme - Les prévisions à court terme: le budget de trésorerie - L'étude de la faisabilité financière d'un investissement ou d'un projet touristique 	<ul style="list-style-type: none"> - Recenser les moyens de financement et les relations avec les organismes financiers (fonds propres, emprunt, crédit bail...) - Établir le plan de financement d'un investissement ou d'un projet touristique. (aspect comptable et financier du plan d'affaires). - Déterminer les facteurs agissant sur le niveau d'encaisse - Appréhender la gestion de l'actif circulant et des dettes non financières - Établir un budget de trésorerie (insister sur son importance dans le cadre du plan d'affaires) - Apprécier la pertinence d'un investissement au regard des objectifs d'un projet; - Maîtriser les critères les plus courants de choix de mode de financement d'un investissement: <ul style="list-style-type: none"> * Délai de récupération *TRI *VAN
--	---

<p>- Le contrôle de la situation financière</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Calculer les soldes intermédiaires de gestion - Préciser les marges significatives du secteur touristique - Choisir une présentation des résultats - Préciser les principaux ratios d'analyse de l'activité touristique
<p>S.11.6 – LES BUDGETS D'EXPLOITATION</p>	
<p>- Les budgets d'exploitation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aborder les principes du contrôle budgétaire: - Effectuer quelques prévisions simples : les prévisions de chiffre d'affaires et les prévisions de charges fixes et variables - Calculer le seuil de rentabilité - Présenter le budget d'exploitation (insister sur son importance dans le cadre du plan d'affaires). - Contrôler et analyser les ventes - Contrôler et analyser les charges.
<p>S.11.7- LE CONTROLE DE PERFORMANCE D'EXPLOITATION</p>	
<p>- Le contrôle des performances d'exploitation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôler et analyser les ventes - Contrôler et analyser les charges : Achats (achats pour la fabrication de voyages ou la réalisation d'un projet touristique, achats de voyages fabriqués, etc.), Frais de personnel (composantes du coût du travail, évolution de la masse salariale, mesures de la productivité...), Frais généraux. - Appliquer les méthodes de fixation des prix dans le secteur touristique. - Interpréter les indicateurs de rentabilité commerciale, économique, financière.
<p>S.11.8- REALISATION DU TABLEAU DE BORD</p>	
<p>- Réalisation du tableau de bord</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Appliquer les principes d'élaboration du tableau de bord - Interpréter, à partir d'une situation réelle ou simulée, le contenu du tableau de bord.
<p>S.11.9-GESTION DES APPROVISIONNEMENTS</p>	
<p>- Gestion des approvisionnements</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les différents types d'approvisionnements, - Etablir des procédures d'approvisionnement; - Déterminer les besoins en matières premières; - Assurer la réception et le stockage des commandes; - Acheminer les commandes vers les services demandeurs.
<p>S.11.10- LE CONTROLE NOURRITURE ET BOISSONS</p>	
<p>- Contrôle nourriture et boisson</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Repérer le flux de denrées et assurer le contrôle matériel, - Evaluer le coût des repas et des du personnel et des prestations offertes, - Calculer le coût mensuel des denrées consommées - Etablir le rapport mensuel F&B - Analyser les ventes à la carte

2.3- Récapitulatif des différents savoirs et sous savoirs

S.1 - ARABE
S.2 - LANGUES VIVANTES ETRANGERES (FRANÇAIS, ANGLAIS, ESPAGNOL)
S.3 - COMMUNICATION PROFESTIONNELLES
S.4 - MATHEMATIQUES
S.5- INFORMATIQUE DE GESTION
S.6- ECONOMIE ET DROIT APPLIQUEES AU TOURISME
S.6.1- <i>FONDEMENTS DE L'ACTIVITE ECONOMIQUES</i>
S.6.2- <i>FONCTIONS ECONOMIQUES</i>
S.6.3- <i>LE FINANCEMENT DE L'ECONOMIE</i>
S.6.4- <i>LES ECHANGES INTERNATIONAUX</i>
S.6.5- <i>LA REGULATION DE L'ECONOMIE</i>
S.6.6- <i>NOTION DE DROIT</i>
S.6.7- <i>LES CONTRATS ET LES OBLIGATIONS</i>
S.6.8- <i>APPROCHE JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE</i>
S.6.9- <i>LEGISLATION DU TRAVAIL</i>
S.6.10- <i>LES RAPPORTS CONTRACTUELS ENTRE LES PROFESSIONNELS TOURISTIQUE</i>
S.7- HISTOIRE ET GEOGRAPHIE TOURISTIQUE
S.7.1- <i>HISTOIRE</i>
S.7.2- <i>PATRIMOINE</i>
S.7.3- <i>GEOGRAPHIE DU TOURISME</i>
S.8 - MANAGEMENT DES ORGANISATIONS TOURISTIQUE
S.8.1- <i>LES ORGANISATIONS TOURISTIQUES</i>
S.8.2- <i>L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA PRISE DE DECISION</i>
S.8.3- <i>L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LES STRATEGIES</i>
S.8.4- <i>L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES</i>
S.9- MARKETING TOURISTIQUE
S.9.1- <i>INITIATION AU MARKETING</i>
S.9.2- <i>LA SERVUCTION</i>
S.9.3- <i>LA CONNAISSANCE DES BESOINS ET DU MARCHE</i>
S.9.4- <i>LA RECHERCHE D'INFORMATION ET LES TECHNIQUES D'ETUDE DE MARCHE</i>
S.9.5- <i>POLITIQUE DE PRODUIT</i>
S.9.6- <i>POLITIQUE DE PRIX</i>
S.9.7- <i>POLITIQUE DE DISTRIBUTION</i>
S.9.8- <i>POLITIQUE DE COMMUNICATION</i>
S.10- COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUES
S.10.1- <i>LA VENTE</i>
S.10.2- <i>OPTIMISATION DE L'ACTIVITÉ DU POINT DE VENTE</i>
S11- GESTION ET CONTROLE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE
S11.1- <i>MATHEMATIQUES FINANCIERS</i>
S11.2- <i>STATISTIQUES</i>
S11.3- <i>COMPTABILITE GENERALE</i>
S11.4. <i>COMPTABILITE DE GESTION</i>
S11.5- <i>PREVISION ET CONTROLE FINANCIER</i>
S11.6 - <i>BUDJETS D'EXPLOITATION</i>
S11.7- <i>CONTRÔLE DES OPERATIONS D'EXPLOITATION</i>
S11.8- <i>REALISATION DE TABLEAU DE BORD</i>
S11.9- <i>GESTION DES APPROVISIONNEMENTS</i>
S11.10- <i>CONTROLE NOURRITURE ET BOISSON (F&B)</i>

III- Association savoirs – compétences (Annexe 2)

Capacités	Compétences	Savoir – faire professionnel	Savoirs Associés										
			S1 : Arabe S2 : Langues vivantes étrangères (Français, Anglais, Espagnol) S3 : Communication professionnelle S4 : Mathématiques S5 : Informatique de gestion S6 : Economie et droit appliqués au tourisme S7 : Histoire et géographie appliquées au tourisme S8 : Management des organisations touristiques S9 : Mercatique touristique S10 : Commercialisation de produits touristiques S11 : Gestion et contrôle d'activité touristique										
			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11
Etudier	C1.1.3	Etre capable d'étudier: - Les forces et faiblesses de l'établissement touristique. - La faisabilité commerciale et financière d'un projet touristique. - Le contexte historique et géographique d'un projet touristique.											
	C1.1.4												
	C1 .2.1												
	C1 .2.3												
	C3.4.2												
	C1. 1.5												
	C1.1.6												
Analyser	C1. 1.1	Etre capable d'analyser: - La concurrence dans le secteur touristique. - Le réseau de distribution. Les réalisations de l'équipe.											
	C1.1.2												
	C3 .2.5												
	C4.2. 1												
Communiquer	C3. 1.6	Etre capable de communiquer: - Les documents concernés. - Les différentes analyses et résultats											
	C3 .2.5												
Elaborer et traiter	C1.2.2	Etre capable d'élaborer: - Une étude économique et financière. - Un plan de marchéage - Les documents commerciaux nécessaires à la prospection - L'argumentaire de produits touristiques.											
	C1 .3.2												
	C2. 1.1												
	C2. 1.2												
	C2.2.2												
	C 3.1.1												
Etablir	C 3.1.2	Etre capable de traiter:											
	C3.1.3	Etre capable d'établir: - Les différents documents comptables; - Le budget d'exploitation; - Le profil du poste et du candidat.											
	C 3.1.4												
	C 3.1.5												
	C3 .3.2												
C4.3.1													
Participer	C4. 1.1	Etre capable de participer à: - La fixation des objectifs à atteindre par les membres de l'équipe. - L'élaboration des plans de Formation. - Aux procédures de recrutement.											
	C4. 1.2												
	C4.3.4												
Négocier	C2.2.1	Etre capable de négocier: - Avec les partenaires. - Contacter les partenaires; - Conclure des contrats de vente des produits touristiques.											
	C2.3.1												
	C2.3.2												
	C2.3.3												
	C2.3 .4												
	C2.4.3												

Gérer	C2.4.2	Etre capable de gérer: - Les fichiers clients/distributeurs. - Les approvisionnements - La trésorerie. - Le personnel																			
	C3 .2.2																				
	C3.4.4																				
Contrôler	C3.3.3	Etre capable de contrôler: - Les ventes et les charges. - Les prévisions de l'exploitation. - Les prix de vente - La situation financière. - La gestion prévisionnelle du personnel																			
	C3.3.4																				
	C3.4.1																				
	C3 .4.3																				
	C2.2. 3																				
	C4.2.2																				
	C3.3.1																				
	C4.3.3																				
Agir	C3.3.4	Etre capable d'agir pour: - Fixer des prix de vente. - Interpréter les indicateurs de rentabilité - Proposer et conseiller - Concevoir des techniques de fidélisation. - Répartir les charges - Présenter l'offre globale de l'entreprise touristique. - Réaliser un programme de fidélisation. - Dynamiser l'équipe.																			
	C3.3.6																				
	C2.5.3																				
	C2.5.2																				
	C3 .2.1																				
	C2.4. 1																				
	C3 .2.3																				
	C3.2.4																				
	C1.3.1																				
	C2.5. 1																				
	C4.1.3																				

IV-UNITES CONSTITUTIVES

4.1- TABLEAU DE CROISEMENT SAVOIRS ASSOCIES /UNITES CONSTITUTIVES

UNITES CONSTITUTIVES		
U.1	ARABE	
U.2	FRANCAIS	
U.3	ANGLAIS	
U.4	ESPAGNOL	
U.5	MATHEMATIQUES	
U.6	COMMUNICATION PROFESSIONNELLE	
U.7	INFORMATIQUE DE GESTION	
U.8 : ECONOMIE ET DROIT APPLIQUES AU TOURISME	U.8.1	DROIT ET ECONOMIE GENERALE
	U.8.2	DROIT ET ECONOMIE TOURISTIQUE
U.9 : MANAGEMENT DES ORGANISATIONS TOURISTIQUES	U.9.1	LES ORGANISATION TOURISTIQUE
	U.9.2	STRATEGIES ET GRH
U.10 : ACTION TOURISTIQUE COMMERCIALE	U.10.1	MARKETING FONDAMENTAL
	U.10.2	MARKETING ET COMMERCIALISATION TOURISTIQUE
U.11 : GESTION ET CONTROLE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE	U.11.1	OUTILS DE GESTION
	U.11.2	CONTRÔLE DE GESTION
U.12	PROJET DE FIN D'ETUDES	
U.13	RAPPORT DE STAGE	

	U	U	U	U	U	U	U	U.8		U.9		U.10		U.11	
	1	2	3	4	5	6	7	U.8.1	U.8.2	U.9.1	U.9.2	U.10.1	U.10.2	U.11.1	U.11.2
S.1 . ARABE															
S.2.1. FRANCAIS															
S.2.2. ANGLAIS															
S.2.3. ESPAGNOL															
S.3 . COMMUNICATION PROFESSIONNELLE															
S.4. MATHEMATIQUES															
S.5. INFORMATIQUE DE GESTION															
S.6.1. LES FONDEMENTS DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE															
S.6.2. LES FONCTIONS ÉCONOMIQUES															
S.6.3. LE FINANCEMENT DE L'ECONOMIE															
S.6.4. LES ECHANGES INTERNATIONAUX															

U.4	ESPAGNOL	2	10	2	10	Ecrite
U.5	MATHEMATIQUES	2	10			Ecrite
U.6	COMMUNICATION PROFESSIONNELLE	2	10	2	10	Ecrite
U.7	INFORMATIQUE DE GESTION	2	10	2	10	Pratique
U.8 : ECONOMIE ET DROIT APPLIQUES AU TOURISME	U.8.1	4	30	4	30	Ecrite
	U.8.2					
U.9 : MANAGEMENT DES ORGANISATIONS TOURISTIQUES	U.9.1	2	30			Ecrite
	U.9.2			2	20	Ecrite
U.10 : ACTION TOURISTIQUE COMMERCIALE	U.10.1	2	25			Ecrite
	U.10.2			4	30	Ecrite
U.11 : GESTION ET CONTROLE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE	U.11.1	4	40			Ecrite
	U.11.2			4	30	Ecrite
U.12	PROJET DE FIN D'ETUDES			0.5	25	Orale
U.13	RAPPORT DE STAGE	0.5	25	0.5	25	Orale
TOTAL		24, 5	220	27	220	

NB : L'évaluation des étudiants :

❖ en première année s'effectue par :

- Au moins deux (2) Contrôles Continus par semestre.
- L'examen de passage en 2^{ème} année se déroulera à partir du 15 juin chaque année.

La moyenne de passage en 2^{ème} année représente 50 % de l'examen de passage et 50 % de la moyenne annuelle des contrôles continus

❖ en deuxième année s'effectue par :

- Au moins deux (2) Contrôles Continus par semestre.
- L'examen de certification est fixé par les services centraux.

La moyenne de validation du diplôme représente 75 % de l'examen de certification et 25 % de la moyenne annuelle des contrôles continus

Guide d'Accompagnement Pédagogique (GAP)

I - PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU RÉFÉRENTIEL

Le nouveau nom du BTS Management Touristique a été choisi pour affirmer la vocation principale de ce BTS, même si des possibilités d'insertion professionnelle dans des organismes publics ou des associations ne sont pas exclues.

L'ensemble des activités susceptibles d'être mises en œuvre des titulaires de ce diplôme a été organisé autour de quatre grandes fonctions:

- Fonction 1 : Elaboration et conception de produits touristiques.
- Fonction 2 : Commercialisation de produits touristiques.
- Fonction 3 : Gestion comptable, Contrôle des opérations d'exploitation et Contrôle financier de l'unité touristique.
- Fonction 4 : Gestion et animation d'une équipe au sein d'une unité touristique

Les compétences liées à ces différentes fonctions et exprimées sous la forme de verbe d'actions (être capable de...) ont été déclinées dans le référentiel de certification de façon détaillée en tâches. Elles s'accompagnent de la description des conditions de leur mise en œuvre (données), ainsi que de leurs critères d'évaluation (indicateurs de performance).

Ces compétences mobilisent des savoirs associés organisés en 10 grands champs disciplinaires :

- **Savoirs généraux**

S1 : Arabe

S2 : Langues vivantes étrangères (Français, Anglais, Espagnol)

S3 : Communication professionnelle

S4 : Mathématiques

- **Savoirs spécifiques**

S5 : Informatique de gestion

S6 : Economie et droit appliqués au tourisme

S7 : Histoire et géographie appliquées au tourisme

S8 : Management des organisations touristique

S9 : Mercatique touristique

S10 : Commercialisation de produits touristiques

S11 : Gestion et contrôle d'activité touristique

L'ensemble des savoirs associés est donné dans l'annexe 2 du référentiel, avec leurs contenus et leurs limites. Ces dernières sont essentielles car elles définissent le niveau à atteindre dans le cadre d'une formation post-baccalauréat de deux années. Un tableau de croisement entre les différentes fonctions et les savoirs associés est donné en annexe 1 du référentiel. Ce document est lui aussi très important car il définit les savoirs à mobiliser pour atteindre une compétence donnée, en particulier dans le cadre de l'évaluation certificative.

II- ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS

Un choix devait être un fait entre deux modes d'organisation des enseignements :

- une organisation des enseignements par fonctions,
- une organisation des enseignements par savoirs associés.

La logique de la construction des diplômes professionnels aurait sans doute nécessité que l'on découpât les enseignements par fonction, afin de dispenser des savoirs à mobiliser dans le cadre de compétences professionnelles clairement identifiées. Les caractéristiques du corps enseignant

marocain nous ont conduits à procéder autrement, en conservant un enseignement réparti en savoirs associés. Quelques éléments nous permettent cependant de conserver la logique de construction d'un référentiel centré sur les compétences :

- les épreuves - qui visent à évaluer des compétences - sont construites en préservant l'unité des fonctions, ce qui imposera une coordination des professeurs intervenant dans le cadre d'une même fonction, et donc d'une même épreuve ;
- plusieurs profils d'enseignants dispensant les différents types d'enseignement ont été définis, avec pour objectif d'assurer une cohérence des interventions, ainsi qu'une complémentarité de ces dernières entre la première et la seconde année

A) Le profil:

Deux profils principaux sont distingués :

- le profil A concerne les enseignements de l'économie, droit, l'histoire et géographie;
- le profil B concerne les enseignements de Marketing touristique, de commercialisation et de montage de projets touristiques;
- le profil C concerne les enseignements de la comptabilité et le contrôle de gestion de l'unité touristique.

B) Les horaires

Une grille horaire est proposée en annexe 3 du référentiel, dans une enveloppe hebdomadaire de:

- 32 heures en première année dont 20 heures pour l'enseignement technico-professionnel et 12 heures pour l'enseignement général.
- 30 heures en deuxième année dont 20 heures pour l'enseignement technico-professionnel et 10 heures pour l'enseignement général.

Tous les enseignements généraux sont dispensés à raison de deux heures par semaine (sauf pour les mathématiques en seconde année et l'anglais qui est de trois heures), et cela sur les deux années.

III - CERTIFICATION

La certification nationale pour le BTS en fin de seconde année porte sur l'ensemble des unités dont une partie est évaluée en première année par des contrôles continus et un examen de passage de première en deuxième année.

La certification comporte 12 épreuves (voir annexe 3 du référentiel) se répartissent comme suit:

A) 5 épreuves d'enseignement général:

- une première épreuve d'arabe
- une seconde de français
- une troisième d'anglais
- une quatrième d'espagnol
- une cinquième de communication professionnelle

B) 7 épreuves technico-professionnelles:

- une première épreuve est centrée sur l'informatique de gestion,
- une seconde étude de cas centrée sur l'économie et droit appliqués au tourisme,
- une troisième étude de cas centrée sur le management des organisations touristiques,
- une quatrième étude de cas centrée sur l'action touristique commerciale,
- une cinquième étude de cas centrée sur la gestion et contrôle de l'activité touristique,
- une soutenance de rapport de stage portant sur le stage de seconde année (voir annexe 6 et 9).
- une soutenance de projet de fin d'étude (voir annexe 10).

IV - EQUIPEMENT DE LA FILIERE

Pour le bon déroulement de la formation, la section de BTS Management Touristique doit être équipée de:

- une salle informatique équipée d'ordinateurs, connexion internet, une imprimante et un vidéo-projecteur.
- Des logiciels de comptabilité, logiciels commerciaux et un logiciel appliqué sur la gestion des unités touristiques.
- deux vidéo-projecteurs,
- un caméscope,
- un photocopieur
- Un scanner
- un téléviseur couleur au moins 29"
- Une bibliothèque équipée de livres, revues, magazines...de spécialité

L'utilisation d'Internet nécessite la présence de logiciels supplémentaires, souvent fournis avec la machine ou téléchargeable gratuitement :

- Navigateur, logiciel de courrier, logiciel FTP
- Antivirus et pare-feu
- Logiciel de compression

V - FORMATION DES ENSEIGNANTS

Le contexte marocain actuel est caractérisé par l'accélération du processus de modernisation et de mise à niveau des entreprises touristiques. Le système d'information se développe à l'aide des technologies des réseaux et exige de nouvelles organisations de travail. Face à la pression concurrentielle, les entreprises marocaines touristiques optimisent l'efficacité de leurs activités et les transforment en véritable centre de profit interne. La réforme du BTS Management touristique constitue, du côté du système de formation, une réponse à ces évolutions.

La réforme a introduit de nouveaux savoirs et compétences qui exigent des démarches pédagogiques et organisationnelles spécifiques, et requièrent l'implication de nombreux acteurs.

Pour réussir la mise en application de ce nouveau référentiel, une formation des professeurs et des responsables administratifs est d'une grande importance. Cette formation devrait porter essentiellement sur des aspects professionnels :

- Le milieu et le langage professionnels,
- la communication et les relations interpersonnelles,
- le patrimoine touristique
- l'utilisation des logiciels appliqués au tourisme.

De même, nous proposons une formation d'information à tous les professeurs qui interviennent dans ce BTS sur le nouveau référentiel et qui sera animé, principalement, par les participants à cette rénovation.

VI - RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS

La qualité des relations avec les professionnels du secteur touristique est un élément essentiel du succès de cette rénovation. L'écriture du référentiel des activités professionnelles a été l'occasion d'échanges très riches avec des professionnels. Les temps consacrés à la mise en place du nouveau référentiel, à la définition des contenus des stages et à la certification pourront être l'occasion de créer

ces relations dans les endroits où elles n'existent pas encore, ou de les approfondir là où elles existent. Ces relations doivent être matérialisées par des partenariats et des avec toutes les parties prenante. La pertinence de la formation repose en particulier sur l'adéquation des activités réalisées en entreprise durant le stage et les fonctions fixées dans le référentiel. La participation des professionnels aux soutenances de stage et du projet de fin d'étude est souhaitable.

VII - REPARTITION DES TABLEAUX DE SERVICES

Les équipes pédagogiques chargées des enseignements du domaine professionnel en BTS Management Touristique, sont invitées à répartir les tableaux de services des enseignants concernés compte tenu de l'homogénéité des différents savoirs afin d'assurer la cohérence de la formation et garantir l'esprit de la réforme.

Bien que les épreuves soient définies en compétences, les enseignements sont organisés par savoirs associés, ce qui nécessite le respect des recommandations suivantes :

- L'enseignement d'une unité est confié à un ou plusieurs professeurs,
- un professeur peut enseigner plusieurs unités,
- un professeur peut enseigner à la fois en 1^{ère} année et en 2^e année,
- chaque professeur doit assurer des séances d'encadrement de stage et de projet de fin d'étude.

A) Répartition horaire (Annexe 5)

La mise en œuvre de ces principes s'effectue dans le cadre d'une répartition de l'horaire entre les différents savoirs associés et les deux années de formation.

La répartition des savoirs se répartie comme suit:

	1ère année		2ème année	
	Volume Horaire		Volume Horaire	
	par semaine	par an	par semaine	par an
ENSEIGNEMENTS GENEREAUX				
S.1 . ARABE	2	60	2	48
S.2 . LANGUES VIVANTES ETRANGERES				
S.2.1. FRANCAIS	2	60	2	48
S.2.2. ANGLAIS	3	90	3	72
S.2.3. ESPAGNOL	2	60	2	48
S.3. COMMUNICATION PROFESSIONNELLE	2	60	2	48
S.4. MATHÉMATIQUES	2	60		
ENSEIGNEMENTS TECHNICO-PROFESSIONNELS				
S.5. INFORMATIQUE DE GESTION	2	60	2	48
S.6. ECONOMIE ET DROIT APPLIQUES AU TOURISME				
S.6.1. LES FONDEMENTS DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE	2	18		
S.6.2. LES FONCTIONS ÉCONOMIQUES		26		
S.6.3. LE FINANCEMENT DE L'ÉCONOMIE		16		
S.6.4. LES ECHANGES INTERNATIONAUX			2	24
S.6.5. LA RÉGULATION DE L'ÉCONOMIE				24
S.6.6. LA NOTION DE DROIT	2	16		
S.6.7. LES CONTRATS ET LES OBLIGATIONS		20		
S.6.8. L'APPROCHE JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE		24		
S.6.9. LA LEGISLATION DU TRAVAIL			2	26
S.6.10. LES RAPPORTS CONTRACTUELS ENTRE LES PROFESSIONNELS TOURISTIQUE				22
S.7. HISTOIRE ET GEOGRAPHIE TOURISTIQUE				
S.7.1- L'HISTOIRE	3	30		
S.7.2- LE PATRIMOINE		60		
S.7.3- LA GEOGRAPHIE DU TOURISME			2	48
S.8. MANAGEMENT DES ORGANISATIONS TOURISTIQUES				
S.8.1- LES ORGANISATIONS TOURISTIQUES	2	36		
S.8.2- L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA PRISE DE DECISION		24		
S.8.3- L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LES STRATEGIES			2	24
S.8.4- L'ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA GRH				24
S.9. MARKETING TOURISTIQUE				
S.9.1- L'INITIATION AU MARKETING	2	12		
S.9.2- LA SERVUCTION		8		
S.9.3- LA CONNAISSANCE DES BESOINS ET DU MARCHÉ		20		
S.9.4- LA RECHERCHE D'INFORMATION ET LES TECHNIQUES D'ÉTUDE DE MARCHÉ		20		
S.9.5- LA POLITIQUE DE PRODUIT			3	20
S.9.6- LA POLITIQUE DU PRIX				18
S.9.7- LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION				16
S.9.8- LA POLITIQUE DE COMMUNICATION				18
S.10. COMMERCIALISATION DES PRODUITS TOURISTIQUES				
S.10.1- LA VENTE DE PRODUITS TOURISTIQUES			2	24
S.10.2- L'OPTIMISATION DE L'ACTIVITÉ DU POINT DE VENTE				24
S.11. GESTION ET CONTOLE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE				
S11.1. LES MATHÉMATIQUES FINANCIERES	3	34		
S11.2. LES STATISTIQUES APPLIQUEES		56		
S11.3. LA COMPTABILITE GENERALE	3	90		
S11.4. LA COMPTABILITE DE GESTION			4	24
S.11.5. LES PREVISIONS ET LE CONTROLE FINANCIER				18
S11.6- LES BUDGETS D'EXPLOITATION				18
S11.7.-LE CONTROLE DE PERFORMANCE D'EXPLOITATION			4	18
S11.8.- LA REALISATION DE TABLEAU DE BORD				4
S11.9.- LA GESTION DES APPROVISIONNEMENTS				4
S1.1.10- LE CONTROLE NOURRITURE ET BOISSONS				10
TOTAL	32	960	30	720

* Calcul effectué sur un total moyen de 30 semaines en première année et 24 semaines en 2ème année

C) Répartition d'enseignement technico-professionnel:

1. Scénario 1: répartition par unité

Professeurs	Unités		Volume horaire		
	1 ère année	2ème année	1 ère année	2ème année	Total
A	U 8.1	U 8.2	4 H	4 H	13 H
	U 9.1		3 H		
		Encadrement		2 H	
B	U 10.1	U 10.2	2 H	4 H	10 H
		U 9.2		2 H	
		Encadrement		2 H	
C	U 11.1	U 11.2	5 H	4 H	11 H
		Encadrement		2 H	

2. Scénario 2: répartition par savoirs associés

Professeurs	Savoirs à enseigner	VH par semaine	VH par an
A	S.6.1. FONDEMENTS DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE	13	354
	S.6.2. FONCTIONS ECONOMIQUES		
	S.6.3. FINANCEMENT DE L'ECONOMIE		
	S.6.4. ECHANGES INTERNATIONAUX		
	S.6.5. REGULATION DE L'ECONOMIE		
	S.6.6. NOTION DE DROIT		
	S.6.7. CONTRATS ET LES OBLIGATIONS		
	S.6.8. APPROCHE JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE		
	S.6.9. LEGISLATION DU TRAVAIL		
	S.6.10. RAPPORTS CONTRACTUELS ENTRE LES PROFESSIONNELS TOURISTIQUES		
	S.7.1- HISTOIRE		
	S.7.2- LE PATRIMOINE		
	ENCADREMENT (2 heures par semaine)		
B	S.8.1- ORGANISATIONS TOURISTIQUES	13	336
	S.8.2- ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA PRISE DE DECISION		
	S.8.3- ORGANISATION TOURISTIQUE ET LES STRATEGIES		
	S.8.4- ORGANISATION TOURISTIQUE ET LA GRH		
	S.9.1- INISLATION AU MARKETING		
	S.9.2- SERVUCTION		
	S.9.3- CONNAISSANCE DES BESOINS ET DU MARCHÉ		
	S.9.4- RECHERCHE D'INFORMATION ET LES TECHNIQUES D'ETUDE DE MARCHÉ		
	S.9.5- POLITIQUE DE PRODUIT		
	S.9.6- POLITIQUE DU PRIX		
	S.9.7- POLITIQUE DE DISTRIBUTION		
	S.9.8- POLITIQUE DE COMMUNICATION		
S.10.1- VENTE DE PRODUITS TOURISTIQUES			
S.10.2- L'OPTIMISATION DE L'ACTIVITE DE VENTE			
	ENCADREMENT (2 heures par semaine)		
C	S.7.3- GEOGRAPHIE DU TOURISME	14	372
	S.11.1. MATHEMATIQUES FINANCIERES		
	S.11.2. STATIQTIQUE APPLIAUEE		
	S.11.3. COMPTABILITE GENERALE		
	S.11.4. COMPTABILITE DE GESTION		
	S.11.5. PREVISIONS CONTROLE FINANIER		
	S.11.6- BUDGETS D'EXPLOITATION		
	S.11.7.- CONTROLE DE PERFORMANCE D'EXPLOITATION		
	S.11.8.- REALISATION DE TABLEAU DE BORD		
	S.11.9.- GESTION DES APPROVISIONNEMENT		
	S.11.10- CONTROLE NOURRITURE ET BOISSONS		

VIII - LES RECOMMANDATIONS PÉDAGOGIQUES CONCERNANT LES SAVOIRS ASSOCIÉS:

- Pour une bonne implication des enseignants dans le cursus de la formation, une alternance d'enseignement entre première et deuxième année doit être assurée par les professeurs.
- Pour plus de performance des enseignants et si les conditions le permettent, il est souhaitable que les professeurs agrégés option B enseignent S11. Par contre, les professeurs agrégés option C enseignent S9 et S10. Les autres savoirs restent des enseignements communs entre les deux options.
- Pour dispenser ces enseignements, différents outils peuvent être utilisés:
 - Etudes de cas: exemples, applications, travaux dirigés, ...
 - Documents supports : extraits des textes juridiques, documents commerciaux, dépliants, brochures, catalogues, documents comptables, fiscaux et parafiscaux, ...
 - Simulation et jeux de rôle.
 - Exposés et dossiers de recherche.
 - Animations : séminaires, interventions ponctuelles, discussions
- Pour S.5: Informatique de gestion: le lauréat du diplôme devra tout à la fois être capable de :
 - Se situer dans le système d'information de l'entreprise et maîtriser son poste de travail ;
 - Utiliser les logiciels de communication ;
 - Mettre en œuvre les logiciels professionnels ;
 - Développer des applications bureautiques.

Compte tenu de la grille horaire, l'enseignant en charge de la matière disposera de deux heures de cours hebdomadaire en première et deuxième année.

- Pour S.3: Communication professionnelle: le lauréat du diplôme devra tout à la fois être un communicant en différentes langues étrangères (Français, Anglais, Espagnol) et un maîtrisant du langage professionnel.
- Pour S.4: Les mathématiques constituent un outil de base de l'économie et de la gestion, ce qui rend son enseignement indispensable en BTS Management touristique. Par ailleurs, ce programme doit permettre la poursuite d'études des lauréats qui le souhaitent. L'évaluation en première année se fait sur la base d'un contrôle continu, comptant pour le passage en seconde année. Ce savoir est dispensé en deux heures par semaine juste en première année,

IX- STAGES EN ENTREPRISES

Le stage en milieu professionnel est obligatoire pour les candidats au Brevet de technicien supérieur en Management Touristique. Deux stages sont prévus au cours de la formation : un stage de deux semaines en première année, dont l'objectif est d'appréhender l'organisation et le fonctionnement d'une entreprise, de développer des qualités relationnelles et de mesurer les contraintes de la vie professionnelle ; un stage de quatre semaines en deuxième année, dont l'objectif est de mettre en œuvre et approfondir ses compétences professionnelles, dans le cadre de situations de gestion réelles.

Le deuxième stage donne lieu à la rédaction d'un rapport de stage, et à une soutenance de rapport devant un jury dans le cadre de l'examen. Les modalités de cette soutenance sont définies en annexe 6 et 9.

A) Stage en 1^{ère} Année (Deux semaines):

1. Objectifs pour le stagiaire (Annexe6):

- Etablir un premier contact avec le monde de l'entreprise et découvrir ses composantes en particulier humaines et organisationnelles.
- Prendre conscience des applications professionnelles de ses connaissances théoriques
- Découvrir la réalité d'un métier et les contraintes liées à une structure productive.

2. Objectifs pour l'entreprise :

Ce n'est pas un stage d'application mais de découverte : le stagiaire ne peut donc pas, à priori, être mis en position autonome de travail.

L'idéal est de répartir le stage en deux périodes :

- 1^{ère} période : Passage de quelques jours dans les différents services afin de comprendre l'organisation de l'entreprise
- 2^{ème} période : Rattacher le stagiaire à une personne dans un service spécifique afin qu'il découvre ses tâches quotidiennes et visualise la réalité du poste.

B) Stage en 2^e Année (4 semaines)

1. Objectifs pour le stagiaire (Annexe6) :

- Compléter sa formation par une expérience pratique.
- Acquérir, par une mise en situation réelle, des compétences opérationnelles dans son domaine professionnel.
- Se préparer à son entrée dans la vie active.

2. Objectif pour l'entreprise :

- Créer des réalisations concrètes à un collaborateur débutant et tester ses capacités personnelles.
- Evaluer le travail pédagogique
- Préparer les stagiaires potentiels à l'embauche.

C) Etapes préparatoires au stage

1. L'information et la préparation des étudiants :

Le stage étant un élément important de la formation : les stagiaires doivent être informés très précisément des objectifs, contraintes, conditions de mise en place, d'évaluation (compte rendu, rapport écrit et présentation orale devant le jury).

L'information doit se faire :

- Dès la rentrée scolaire
- Lors des modules de techniques d'expression et de communication
- Lors des réunions spécifiques en cours d'année.

2. Préparation du stage avec l'entreprise :

- Définition du contenu du stage et ses objectifs
- Rencontre et prise de contact préalable stagiaire / entreprise / responsable pédagogique.
- Signature de la convention du stage

D) Le suivi et l'encadrement du stage

Le suivi et l'encadrement du stage ne sont pas un simple acte administratif, mais un travail pédagogique faisant appel à tous les acteurs de cursus de formation.

1. Le responsable pédagogique :

Il assure un double rôle :

- Administratif car il organise concrètement la mise en place du stage, assure le suivi du dossier du stagiaire, les relations avec l'entreprise et gère les conflits ;
- pédagogique car il encadre et accompagne la rédaction du rapport de stage, gère le processus

d'évaluation, assure le suivi individualisé des stagiaires.

Les actions obligatoires et minimales pendant le stage sont les suivantes :

- *Le premier jour du stage :*

- Contact téléphonique avec l'entreprise pour s'assurer de la prise de fonction du stagiaire, et vérifier le bon démarrage.

- Rencontre ou contact avec le stagiaire pour connaître son appréciation de ce premier jour et éventuellement prévenir toute difficulté ou malentendu.

- *Au cours de la période:*

Il assure une visite (au minimum) sur place pour rencontrer le responsable puis le stagiaire et vérifier le déroulement du stage. Cela permet de faire une première évaluation avec le responsable, et si nécessaire corriger ou aménager le déroulement prévu.

- *Le dernier jour*

Il prend un contact téléphonique avec l'entreprise et le stagiaire pour vérifier la bonne fin de la période du stage, régler éventuellement les questions administratives, prévoir le calendrier du jury.

2. L'encadrant professionnel (Le tuteur):

- *Pendant le stage,*

Le tuteur en entreprise doit :

- Accueillir le stagiaire,
- Le présenter au personnel de l'entreprise,
- S'assurer des bonnes conditions du travail,
- Informer le responsable pédagogique de l'état d'avancement,
- Evaluer le comportement et les compétences (voir annexe 8)

- *À l'issue du stage*

Le tuteur en entreprise peut donner son avis sur le contenu du rapport de stage ; le stagiaire devra donc l'informer de l'avancement de celui-ci et le lui présenter pour lecture avant de le remettre officiellement à l'établissement pour présentation devant le jury.

E) Les conditions matérielles de déroulement du stage.

Pendant les périodes de stage, l'étudiant a la qualité de stagiaire et est soumis aux jours et heures de travail qui sont fixés pour son tuteur en entreprise, dans le respect de la législation sociale en vigueur.

Il n'est pas prévu d'indemnité de transport ou de rémunération. L'entreprise d'accueil peut cependant, sans que cela soit une obligation pour elle, gratifier l'étudiant stagiaire.

Cinq annexes sont fournies :

X- Annexes :

Annexe 6 : Objectifs du stagiaire durant la formation BTS MT

	Première année	Deuxième année
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir un premier contact avec l'entreprise - Appréhender les différents services de l'entreprise et les relations qui s'établissent entre eux - Comprendre les relations de l'entreprise avec son environnement - Améliorer sa communication orale et écrite. 	<ul style="list-style-type: none"> - Développer et consolider les compétences professionnelles - Mettre à l'épreuve ces compétences professionnelles - Développer une communication verbale et écrite professionnelles - Acquérir des qualités relationnelles et des comportements professionnels.
Période du stage	Au cours de l'année	Après les examens
Durée de stage	Min 2 semaines	Min 4 semaines
Rapport de stage	Un compte rendu de 10 pages au minimum (annexes non comprises)	Un rapport de 40 pages au maximum (annexes non comprises)
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - La qualité de la présentation du compte rendu - La capacité à décrire une entreprise dans son fonctionnement interne et ses relations avec l'extérieur 	<ul style="list-style-type: none"> - La qualité rédactionnelle du rapport - La capacité de soulever et répondre à une problématique - Les capacités d'analyse et de synthèse - Les capacités de présentation et d'argumentation lors de la présentation
Modalité de l'épreuve	15 mn de présentation au cours desquelles le candidat ne peut être interrompu. 15 minutes d'échanges	15 mn de présentation au cours desquelles le candidat ne peut être interrompu. 15 minutes d'échanges
La composition du jury de soutenance du rapport de stage	Professeurs de l'établissement	Professeurs de l'établissement avec la possibilité de participation de professionnels externes.
Notation	Coefficient : 25	Coefficient : 25

Article 1 :

La présente convention définit les rapports entre :

D'une part l'entreprise :

Raison sociale :
Adresse :
Tél. Fax :
E-mail :
Représentée par :
En qualité de :

Et autre part :

- **Le centre de formation du BTS – Gestion représenté par Monsieur le Proviseur du Lycée en sa qualité du chef de centre.**
- **Le stagiaire** :
- **Domicilié à** :

Article 2 :

L'entreprise..... Confiera à l'élève stagiaire, les tâches correspondant à sa formation qui lui permettront de mettre en pratique ses connaissances, de les compléter et de les perfectionner.

Article 3 :

**Le stage se déroulera duau
 Tout changement devra être immédiatement communiqué à l'établissement par l'élève et par l'entreprise.**

Article 4 :

En cas d'absences répétés, du non respect des horaires ou de tout manquement au règlement de l'entreprise, règlement dont l'élève aura été préalablement informé, l'entreprise se réserve le droit de mettre fin au stage après en avoir prévenu le responsable pédagogique ou le chef de l'établissement.

Article 5 :

La validité de cette convention est limitée à une durée desemaines à compter du..... , toute prolongation du stage entraînerait la signature d'une nouvelle convention.

Article 6 :

Les activités réalisées par le stagiaire ne sauraient en aucun cas être considérées comme un emploi. En conséquence, l'élève stagiaire ne peut donc prétendre à aucune rémunération de l'entreprise.

Article 7 :

L'élève tenu par le secret professionnel s'engage à ne communiquer, en aucun cas, les informations concernant l'entreprise où il a effectué son stage.

Fait à.....

Pour l'entreprise
(Cachet et signature)

Le stagiaire
(Signature)

Etablissement
(Cachet et signature)

Annexe 8 : Critères à évaluer par le tuteur en entreprise BTS MT

Critères d'évaluation	Evaluation (*)					Observation
	T.B.	B	A.B	M	F	
1- Compréhension du fonctionnement et de l'organisation de l'entreprise						
2- Communication et relations avec les membres du groupe						
3- Motivation et implication						
4- Capacité à travailler en équipe						
5- Intégration au groupe						
6- Esprit d'initiative						
7- Curiosité intellectuelle, ouverture d'esprit.						
8- Ponctualité						
9- Présentation physique, tenue						
<p>Appréciation du tuteur sur le travail et le comportement du stagiaire</p> <p>Date :</p> <p>Nom & Signature :</p> <p>.....</p>						

(*) T.B. : Très Bien B : Bien ; A.B : Assez bien M : Moyen F : Faible

Annexe 9 : Grille d'évaluation du rapport de stage (écrit)

BTS MT

Critères d'évaluation	Note/critère	TOTAL
I- Forme :		
Mise en page	02	/04
Présentation des annexes	01	
Lisibilité : qualité tirage	01	
II- Fond		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contenu 		
Structure (plan suivi)	02	/12
Rédaction (orthographe, style, vocabulaire, ponctuation, syntaxe).	02	
Pertinence et clarté de la problématique	02	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Thème développé 		
Consistance	02	
Pertinence	02	
Faisabilité	02	
Note du rapport (écrit)		/16

Nom et prénom :

Jury : -
 -
 -

Appreciations générales:

.....

NOM et Prénom du candidat :

Durée : 30 mn

N° du candidat :

Coefficient : 25

Critères d'évaluation	I	M	B	TB	TOTAL
1- Evaluation générale					
- tenue (présentation vestimentaire, apparence générale)	0	-	0,5	0,5	/03
- attitude (paralangage)	0	0,75	0,5	1,5	
- prise de contact	0	-	0,25	0,5	
- prise de congé	0	-	0,25	0,5	
2- Exposé					
- contenu (présentation de la société, thème, activités...)	0.5	2	3	4	/08
- structure (plan suivi, transitions)	0.25	0,75	1	1,5	
- clarté (explications, précisions, vocabulaire, support ¹ ...)	0.5	1	1,5	2	
- gestion du temps	0	-	0,25	0,5	
3- Réponses aux questions du Jury					
- écoute active (réaction, comportement)	0.5	1	1,5	2	/08
- maîtrise du sujet	0.5	1,5	2	3	
- argumentation	0.5	1,5	2	3	
4- Expression orale					
- maîtrise de la langue	0.5	1,5	2	3	/05
- articulation/débit/tonalité/voix	0.5	1	1,5	2	
Note orale					/24

Ecrit : / 16

Oral : /24

Note Finale: /20

Membres du Jury

Signatures

.....

.....

.....

¹ L'évaluation portera sur la lisibilité et l'exploitation du support et non sur le choix de l'outil

Annexe 11 : Grille d'évaluation du projet de fin d'étude BTS MT

NOM et Prénom du candidat :

Durée : 30 mn

N° du candidat :

Coefficient : 25

Compétences évaluées	Note	Observations (Remarques, suggestions et appréciations)
1. Compétences en communication /15	
- Qualité de l'expression orale - Production des supports de communication et leur pertinence - Qualité de l'argumentation - Qualité du vocabulaire utilisé		
2. Compétences organisationnelles /15	
- Efficacité dans l'utilisation de l'outil informatique - Gestion du temps - Gestion du poste de travail		
3. Compétences collectives /10	
- Capacité à situer les tâches effectuées dans l'ensemble des APS - Connaissance de l'ensemble des activités du groupe		
4. Degré d'atteinte des résultats /20	
- Pertinence des résultats - Qualité de l'analyse du résultat - Qualité des documents produits		
Note finale /60	Note : / 20

Date :

Nom, prénom et signature des membres du jury :

-
-
-