



Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion

Filière : Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing Hôtelier et Touristique

Master :

Marketing Hôtelier et Touristique



Année Universitaire : 2023/2024

1. Présentation et Objectifs :

a- Présentation de la spécialité :

La formation s'adresse à tous les étudiants désirant suivre une formation approfondie de Master en marketing hôtelier et touristique. Tout étudiant ayant obtenu une licence dans le domaine des sciences économiques, commerciales et de gestion est en mesure de suivre les enseignements dispensés en la spécialité. Les candidats ayant suivi le cursus de «marketing hôtelier et touristique » sont censés répondre à de multiples profils adaptés aux besoins en postes exprimés par le terreau industriel environnant.

b- Objectifs de la spécialité :

- Acquérir les fondements théoriques du Marketing hôtelier et de l'économie de tourisme ainsi que son évolution historique.
- Comprendre le fonctionnement des entreprises touristiques (les hôtels, les agences de voyage et les tours opérateurs...), la spécificité de leur marketing et leurs rôles dans la chaîne de production touristique.
- Concevoir et évaluer les différentes politiques commerciales visant à promouvoir les prestations hôtelières et touristiques.
- Maitriser les outils d'analyse du marketing hôtelier et du tourisme à savoir : le marketing des services, marketing stratégique et la GRH.
- Maitriser les instruments et les techniques de gestion hôtelière et de tourisme.
- Connaître les différentes opérations liées à la logistique d'une prestation hôtelière ou de tourisme (hébergement, restauration, animation, etc.) et des régimes tarifaires associés.

2. Conditions d'accès :

Tous les étudiants ayant acquis une licence en sciences commerciales, option marketing. L'équipe de formation procède à la sélection sur dossier et en fonction de la motivation des étudiants.

3. Contenu du programme de formation :

Tableau 1 : Semestre 1

Unités d'enseignement	VHS	Coef	Crédits
U E FONDAMENTALES			
Management des services touristiques hôteliers	45h00	2	5
Marketing touristique	45h00	2	5
Marketing hôtelier	45h00	2	4
Comportement du consommateur touristique	45h00	2	4
U E Méthodologique			
Méthodes quantitatives en Marketing 1	45h00	2	5
Communication et rédaction administrative	45h00	2	4
U E Découverte			
Droit touristique et hôtelier	45h00	2	2
U E Transversale			
Langue étrangère spécialisée 1	22h30	1	1
Total	292h30	15	30

Tableau 2 : Semestre 2

Unités d'enseignement	VHS	Coef	Crédits
U E FONDAMENTALES			
Management de la qualité des services touristiques	45h00	2	5
Communication Marketing touristique	45h00	2	5
Management de la Marque	45h00	2	4
Management des Relations Clients	45h00	2	4
U E Méthodologique			
Géographie touristique	45h00	2	5
Méthodologie de préparation d'un mémoire de master	45h00	2	4
U E Découverte			
Méthodes quantitatives en marketing 2	45h00	2	2
U E Transversale			
Langue étrangère spécialisée 2	22h30	1	1
Total	292h30	15	30

Tableau 3 : Semestre 3

Unités d'enseignement	VHS	Coef	Crédits
U E Fondamentales			
Analyse stratégique et concurrentielle	45h00	3	6
Management des événements et destinations touristiques	45h00	3	6
Management des ressources humaines	45h00	3	6
U E Méthodologique			
Logiciels de statistiques 02	45h00	2	5
Management de sociétés et agences touristiques	45h00	2	4
U E Découverte			
Logiciel du marketing électronique touristique	45h00	2	2
U E Transversale			
Séminaire sur le marketing touristique et hôtelier	22h30	1	1
Total	292h30	15	30

Tableau 4 : Semestre 4

Stage en entreprise couronné par un mémoire et une soutenance

	VHS	Coef	Credits
Travail personnel	30h/S	4	30
Etude pratique « sous diverses formes, selon le sujet de mémoire »	03h/S	/	/
Séminaires « Attestation de participation à un séminaire, une formation ou un stage en deuxième année de Master »	02h/S	/	/
Autre « déterminés selon le comité pédagogique de spécialisation »	05h/S	/	/
Total	600h	4	30

4- Compétences visées :

- Maîtrise des techniques de marketing hôtelier et touristique ;
- Elaboration des plans marketing permettant la promotion des organisations touristiques ;
- Encadrement opérationnel d'équipes de travail qu'il accompagnera dans leur progression ;
- Mise en place de process groupe et reporting des résultats et moyens alloués pour l'atteinte d'objectifs préalablement fixés ;
- Aide à la prise de décision quant aux problématiques de localisation, développement et croissance.
- Valorisation du potentiel touristique des collectivités locales de la région et du territoire national.

5- Débouchés :

a- Continuité des études :

Les compétences acquises peuvent tout aussi ouvrir le droit à postuler académiquement à des

études approfondies en doctorat ou pouvoir en aptitudes et capacités de contribution à la performance de l'entreprise ou organisation contractante.

b- Employabilité :

L'employabilité découlant de cette formation est d'autant plus vaste que l'étudiant va avoir plusieurs cordes à son arc dans le sens où les unités de valeur acquises vont relever à la fois des champs quantitatifs et qualitatifs (SIG, marketing hôtelier, gestion financière) et plus élargis au marketing et management (management stratégique, management des ressources humaines, techniques d'accueil, etc.). Cette variété de connaissances acquises va naturellement contribuer à une meilleure employabilité de l'étudiant et sa capacité à assumer une certaine polyvalence. Le potentiel d'employabilité est important d'autant plus que tout reste à faire pour développer le tourisme en Algérie.

6- Contacts :

Téléphone de Département : 026 11 06 21

Mail du responsable de la spécialité : YAHIAOUI.

Ammar : ammar.yahiaoui@ummtto.dz



Mouloud MAMMERI University of Tizi-Ouzou
Faculty of Economics, Business and Management

Sciences

Stream: Commercial Sciences

Specialty: Hotel and Tourism Marketing

Master:

Hotel and Tourism Marketing



Academic year: 2023/2024

1- Presentation and Objectives:

a- Presentation of the specialty:

The training is aimed at all students wishing to follow an in-depth Master's degree in hotel and tourism marketing. Any student who has obtained a bachelor's degree in the field of economics, business and management is able to follow the courses taught in the specialty. Candidates who have followed the "hotel and tourism marketing" course are expected to meet multiple profiles that can meet the job needs expressed by the surrounding industrial soil.

b- Objectives of the specialty:

- Acquire the theoretical foundations of Hotel Marketing and Tourism Economics as well as its historical evolution.
- Understand the functioning of tourism companies (especially hotels, travel agencies and tour operators), the specificity of their marketing and their roles in the tourism production chain.
- Design and evaluate the various commercial policies aimed at promoting hotel and tourism services.
- Master the analysis tools of hotel marketing and tourism, namely: service marketing, strategic marketing and human resources management.
- Master the instruments and techniques of hotel management and tourism.
- Know the different operations related to the logistics of a hotel or tourism service (accommodation, catering, entertainment, etc.) and the associated tariff regimes.

2- Conditions of access:

All students who have acquired a bachelor's degree in business, marketing option. The training team makes the selection on the basis of the students' application and according to the motivation of the students.

3- Content of the training program:

Table 1 : Semester 1

Teaching units	VHS	Coef	Crédits
Fundamental T U			
Management of hotel tourism services	45h00	2	5
Tourism Marketing	45h00	2	5
Hotel Marketing	45h00	2	4
Tourism consumer behaviour	45h00	2	4
Methodology T U			
Quantitative Methods in Marketing 1	45h00	2	5
Communication and administrative writing	45h00	2	4
Discovery T U			
Tourism and hotel law	45h00	2	2
Transversal T U			
Specialized foreign language 1	22h30	1	1
Total	337h30	15	30

Table 2: Semester 2

Teaching units	VHS	Coef	Crédits
Fundamental T U			
Quality management of tourism services	45h00	2	5
Tourism Marketing Communication	45h00	2	5
Brand Management	45h00	2	4
Customer Relationship Management	45h00	2	4
U E Méthodologique			
Tourist geography	45h00	2	5
Communication and administrative writing	45h00	2	4
U E Découverte			
Quantitative methods in marketing 2	45h00	2	2
U E Transversale			
Spetialized foreign language 2	22h30	1	1
Total	337h30	15	30

Table 3: Semester 3

Teaching units	VHS	Coef	Credits
Fundamental T U			
Strategic and competitive analysis	45h00	3	6
Management of events and tourist destinations	45h00	3	6
Human Resources Management	45h00	3	6
U E Méthodologique			
Statistics software 02	45h00	2	5
Management of tourist companies and agencies	45h00	2	4
U E Découverte			
Tourism Electronic Marketing Software	45h00	2	2
U E Transversale			
Seminar on tourism and hotel marketing	22h30	1	1
Total	292h30	15	30

Table 4: Semester 4

Internship in a company crowned by a dissertaion and a defence

	VHS	Coeff	Crédits
Personal work	30h/S	4	30
Practical study “in various forms, depending on the subject of dissertation”	03h/S	/	/
Seminars “Certificate of participation in a seminar, training or internship in the second year of the Master”	02h/S	/	/
Other “determined according to the pedagogical committee of specialization”	05h/S	/	/
Total	600h	4	30

4- Skills targeted:

- Mastery of hotel and tourism marketing techniques;
- Development of marketing plans for the promotion of tourism organizations;
- Operational supervision of work teams that he will accompany in their progress;
- Implementation of group processes and reporting of results and resources allocated to achieve previously set objectives;
- Support for decision-making on location, development and growth issues.
- Development of the tourism potential of local authorities in the region and the national territory

5- Opportunities:

a- Continuity of studies:

The skills acquired can also give rise to the right to apply academically for advanced studies in doctoral studies or in skills and capacities to contribute to the performance of the contracting company or organization.

b- Employability :

The employability resulting from this training is all the more extensive as the student will have several strings to his bow in the sense that the credits acquired will relate to both quantitative and qualitative fields (GIS, hotel marketing, financial management) and more extended to marketing and management (strategic management, human resources management, hospitality techniques, etc.). This variety of knowledge acquired will naturally contribute to a better employability of the student and his ability to assume a certain versatility. The potential for employability is important, especially since everything remains to be done to develop tourism in Algeria

6- Contacts:

Department Phone: 026 11 06 21

Email from the head of the specialty: YAHIAOUI.

Ammar: ammar.yahiaoui@ummtto.dz