Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

Arrêté du 5 mars 2019 portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « tourisme »

NOR : *ESRS1900481A*

La ministre de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation,

Vu le code de l'éducation, notamment ses articles D. 643-1 à D. 643-35 ;

Vu l'arrêté du 9 mai 1995 relatif au positionnement en vue de la préparation du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel et du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 24 juin 2005 fixant les conditions d'obtention de dispenses d'unités au brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 24 juillet 2015 fixant les conditions d'habilitation à mettre en œuvre le contrôle en cours de formation en vue de la délivrance du certificat d'aptitude professionnelle, du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel, de la mention complémentaire, du brevet des métiers d'art et du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'avis de la commission professionnelle consultative « tourisme, hôtellerie, restauration » du 20 décembre 2018 ;

Vu l'avis du Conseil supérieur de l'éducation du 6 février 2019 ;

Vu l'avis du Conseil national de l'enseignement supérieur et de la recherche du 12 février 2019,

Arrête :

Art. 1er. – La définition et les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « tourisme » sont fixées conformément aux dispositions du présent arrêté.

Sa présentation synthétique fait l'objet d'une annexe introductive jointe au présent arrêté.

Art. 2. – Le référentiel des activités professionnelles, le référentiel de certification, les unités constitutives du diplôme et les unités communes au brevet de technicien supérieur « tourisme » et à d'autres spécialités de brevet de technicien supérieur sont définis respectivement en annexes I *a,* I *b,* II *a* et II *b* au présent arrêté.

Le règlement d'examen et la définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en cours de formation sont fixés respectivement en annexes II *c* et II *d* au présent arrêté.

L'horaire hebdomadaire des enseignements en formation initiale sous statut scolaire, le stage en milieu professionnel et l'atelier de professionnalisation sont définis respectivement en annexes III *a,* III *b* et III *c* au présent arrêté.

Art. 3. – Pour chaque session d'examen, la date de clôture des registres d'inscription et la date de début des épreuves pratiques ou écrites sont arrêtées par le ministre chargé de l'enseignement supérieur.

Chaque candidat s'inscrit à l'examen dans sa forme globale ou dans sa forme progressive conformément aux dispositions des articles D. 643-14 et D. 643-20 à D. 643-23 du code de l'éducation. Dans le cas de la forme progressive, le candidat précise les épreuves ou unités qu'il souhaite subir à la session à laquelle il s'inscrit.

La liste des pièces à fournir lors de l'inscription à l'examen est fixée par chaque recteur.

Le brevet de technicien supérieur « tourisme » est délivré aux candidats ayant passé avec succès l'examen défini par le présent arrêté conformément aux dispositions des articles D. 643-13 à D. 643-26 du code de l'éducation.

Art. 4. – Les correspondances entre les épreuves de l'examen organisées conformément à l'arrêté du 5 avril 2012 portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « tourisme » et les épreuves de l'examen organisées conformément au présent arrêté sont précisées en annexe IV au présent arrêté.

La durée de validité des notes égales ou supérieures à 10 sur 20 aux épreuves de l'examen subi selon les dispositions de l'arrêté du 5 avril 2012 précité et dont le candidat demande le bénéfice dans les conditions prévues à l'alinéa précédent, est reportée dans le cadre de l'examen organisé selon les dispositions du présent arrêté conformément à l'article D. 643-15 du code de l'éducation, et à compter de la date d'obtention de ce résultat.

Art. 5. – La première session du brevet de technicien supérieur « tourisme » organisée conformément aux dispositions du présent arrêté a lieu en 2021.

La dernière session du brevet de technicien supérieur « tourisme » organisée conformément aux dispositions de l'arrêté du 5 avril 2012 précité a lieu en 2020. A l'issue de cette session, l'arrêté du 5 avril 2012 précité est abrogé.

Art. 6. – La directrice générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle et les recteurs sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le 5 mars 2019.

Pour la ministre et par délégation :
La directrice générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle,
B. PLATEAU

ANNEXES

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

Tourisme

SOMMAIRE

Tableau de synthèse : pôles d'activités - blocs de compétences – unités de certification

Annexe I - RÉFÉRENTIELS DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET DE COMPÉTENCES

Annexe I-A – Référentiel des activités professionnelles

Annexe I-B – Référentiel de compétences

Annexe II - RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION

Annexe II-A – Unités constitutives du diplôme

Annexe II-B – Dispenses d'unités

Annexe II-C – Règlement de l'examen

Annexe II-D – Définition des épreuves

Annexe III – ORGANISATION DE LA FORMATION

Annexe III-A – Grille horaire

Annexe III-B – Le stage en milieu professionnel

Annexe III-C – L'atelier de professionnalisation

Annexe IV – TABLEAU DE CORRESPONDANCE DES UNITÉS CONSTITUTIVES DU DIPLÔME

PÔLES D'ACTIVITÉS	BLOCS DE COMPÉTENCES	UNITÉS
Pôle d'activités 1 **Gestion de la relation clientèle touristique** Gestion de l'espace d'accueil Conseil et vente de prestations touristiques Suivi de la clientèle Accompagnement des touristes	**Bloc de compétences 1** **Gestion de la relation clientèle touristique** *C1. Organiser l'espace d'accueil* *C2. Accueillir le client* *C3. Pratiquer une écoute active du client* *C4. Caractériser la demande du client* *C5. Présenter les caractéristiques fondamentales des destinations ou des produits concernés* *C6. Proposer une prestation touristique adaptée* *C7. Finaliser la vente* *C8. Respecter les règles juridiques, éthiques et déontologiques* *C9. Assurer le suivi de la vente* *C 10. Analyser la qualité de la prestation touristique vendue* *C11. Prendre en charge un groupe de touristes*	**Unité U4**
Pôle d'activités 2 **Élaboration d'une prestation touristique** Analyse de l'activité touristique Diagnostic stratégique d'une organisation touristique Conception d'une prestation touristique Diffusion d'une prestation touristique	**Bloc de compétences 2** **Élaboration d'une prestation touristique** *C12. Établir des liens entre les évolutions socio-économiques ou juridiques et l'activité touristique* *C13. Caractériser le rôle et le statut des acteurs du tourisme* *C14. Identifier les menaces et les opportunités de l'environnement pour une organisation touristique donnée* *C15. Identifier les forces et faiblesses d'une organisation touristique donnée* *C16. Porter un jugement sur la situation d'une organisation touristique* *C17. Identifier les caractéristiques de l'offre et de la demande (pour une prestation donnée)* *C18. Sélectionner les fournisseurs et prestataires* *C19. Assembler les composantes de la prestation* *C20. Négocier les composantes de la prestation* *C21. Déterminer le coût de revient de la prestation* *C22. Fixer un prix de vente en fonction de la politique commerciale* *C23. Rédiger l'offre* *C24. Choisir des réseaux de distribution adaptés* *C25. Sélectionner des supports de communication adaptés* *C26. Porter un jugement sur la construction et la mise en œuvre de la prestation*	**Unité U5**

Pôle d'activités 3 **Gestion de l'information touristique** Veille informationnelle Traitement de l'information Diffusion d'informations Conservation de l'information	**Bloc de compétences 3** **Gestion de l'information touristique** *C27. Assurer une veille informationnelle* *C28. Identifier les évolutions et les changements significatifs dans l'environnement* *C 29. Mettre à jour les bases d'information* *C30. Produire de l'information utile à la décision* *C31. Diffuser des messages adaptés (contenu et canal) au public cible* *C32. Archiver l'information* *C33. Participer à la sécurisation du système d'information touristique*	**Unité U6**
	Bloc 4 - Culture générale et expression *Communiquer par écrit :* • *Appréhender et réaliser un message écrit* • *Respecter les contraintes de la langue écrite* • *Synthétiser des informations* • *Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture* *Communiquer oralement :* • *S'adapter à la situation* • *Organiser un message oral*	**Unité U1**
	Bloc 5 – Communication en langues vivantes étrangères LVA : anglais *Niveau B2 du CECRL de compréhension de documents écrits, de production écrite, de compréhension de l'oral, de production et interactions orales dans le cadre des activités suivantes :* • *Accueillir et prendre en charge des clients étrangers* • *Vendre, à des clients étrangers, des produits touristiques français* • *Vendre des produits touristiques étrangers à une clientèle française* • *Accompagner des touristes étrangers* • *Suivre et fidéliser la clientèle étrangère*	**Unité U21**

	Bloc 6 – Communication en langues vivantes étrangères LVB : langue vivante B *Niveau B2 du CECRL de compréhension de documents écrits, de production écrite, de compréhension de l'oral, de production et interactions orales dans le cadre des activités suivantes :* • *Accueillir et prendre en charge des clients étrangers* • *Vendre, à des clients étrangers, des produits touristiques français* • *Vendre des produits touristiques étrangers à une clientèle française* • *Accompagner des touristes étrangers* • *Suivre et fidéliser la clientèle étrangère*	**Unité U22**
	Bloc 7 - Tourisme et territoires • *Identifier et situer les destinations et territoires touristiques majeurs sur des cartes à plusieurs échelles* • *Lire et comprendre un paysage touristique et/ou patrimonial* • *Classer, hiérarchiser et mettre en relation des informations extraites des documents usuels de la géographie touristique* • *Caractériser les différentes formes et pratiques de tourisme et de loisirs et leurs évolutions* • *Analyser et mettre en exergue les potentialités touristiques d'un territoire* • *Analyser les impacts socio-économiques, culturels et environnementaux de la mise en tourisme d'un territoire* • *Cartographier et schématiser les territoires touristiques, leurs organisations et leurs dynamiques*	**Unité 3**
	Bloc facultatif : langue vivante C Niveau B1 du CECRL pour les activités langagières suivantes : • *Compréhension de documents* • *Production et interactions orales*	**Unité UF1**
	Bloc facultatif : parcours de professionnalisation à l'étranger • *Comprendre le cadre de travail et son contexte culturel* • *Comparer des pratiques professionnelles observées ou mises en œuvre à l'étranger avec les pratiques ayant cours dans un contexte français* • *Repérer et mettre en valeur des pratiques professionnelles susceptibles d'enrichir les approches françaises*	**Unité UF2**

	Bloc facultatif : projet de spécialisation • *Analyser un contexte professionnel spécifique* • *Construire un projet en respectant un cahier des charges imparti*	**Unité UF3**

ANNEXE I

RÉFÉRENTIELS DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET DE COMPÉTENCES

ANNEXE I-A

RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

1. PRÉSENTATION DU DIPLÔME

Le diplôme s'appelle **BTS « TOURISME »,** en référence au vaste secteur d'activités dans lequel le titulaire du diplôme pourra exercer une variété de tâches et de missions correspondant à trois blocs de compétences professionnelles :
- la gestion de la relation avec les touristes individuels ou en groupe ;
- l'élaboration d'une prestation touristique ;
- la gestion de l'information touristique.

Les futurs diplômés du BTS Tourisme peuvent développer et valoriser des compétences spécifiques liées à une orientation sectorielle et/ou fonctionnelle particulière(s) au cours des périodes de stage et des ateliers de professionnalisation et, pour certains d'entre eux, dans le cadre des options facultatives « Parcours de professionnalisation à l'étranger » et « Projet de spécialisation ».

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

2. CHAMP D'ACTIVITÉ

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

Le titulaire du BTS Tourisme est un professionnel pouvant :

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

2.1 Les organisations concernées

Les employeurs potentiels peuvent être classés en quatre groupes :

- les **entreprises de tourisme** telles que les agences de voyages (réceptives et distributrices), les tours opérateurs, les plateaux d'affaires, les centrales de réservation, les structures de tourisme associatif, les bureaux d'escale de croisiéristes ; on peut ajouter dans cette catégorie, pour une partie significative de leurs activités, les parcs d'attraction et sites de loisirs, les loueurs de véhicules de tourisme ou de loisirs, les entreprises spécialisées dans la vente de coffrets cadeaux (tourisme ou loisirs) ;

- les **organismes de tourisme territoriaux liés à des institutions locales, régionales, voire nationales ou internationales** telles que les offices de tourisme, les comités départementaux et régionaux du tourisme, les agences de développement touristique, les parcs naturels, les sociétés d'économie mixte dans le secteur du tourisme, les associations de développement patrimonial ou touristique (écomusées, routes touristiques,...) ;

- les **entreprises de transport de personnes** pour une partie de leur activité, telles que les autocaristes ; les compagnies aériennes et les gestionnaires des aéroports ; les transporteurs maritimes et fluviaux, les croisiéristes, les gestionnaires de ports de croisière ou de plaisance ; les gestionnaires de télécabines ; les transporteurs ferroviaires ;

- les **entreprises d'hébergement** pour une partie de leur activité, telles que les clubs et villages vacances, l'hôtellerie de plein air, les résidences de tourisme social, les chaînes hôtelières (pour la partie activités touristiques et séminaires), les centres de congrès et d'affaires.

2.2 Les emplois repérés

2.2.1. Les emplois liés à l'offre de destinations

Les agences de voyages sont généralement classées en trois catégories : distributrices, réceptives et agences de production (tour opérateurs).
Les métiers de la distribution connaissent des évolutions importantes en lien avec les transformations des modes de vente de séjours touristiques et de la billetterie.
La classification proposée infra a été élaborée essentiellement à partir de la convention collective des agences de voyages et de tourisme. Chaque emploi-type fait l'objet d'une définition synthétique puis d'une classification selon le degré de responsabilité, d'autonomie et de technicité qu'il requiert.

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

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

Le **forfaitiste** constitue un second emploi d'entrée. Il confectionne des voyages à forfait, établit le devis du voyage et rédige le programme à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. Il peut en outre concevoir et mettre au point des circuits et séjours simples destinés à être vendus sur catalogue ou répondant à des demandes spécifiques.

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

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

Le **forfaitiste expérimenté** confectionne des voyages à forfait complexes, établit le devis du voyage et rédige le programme. Il les met en œuvre à l'aide des outils informatiques en usage dans l'entreprise. En outre, il conçoit les circuits et séjours complexes destinés à être vendus sur

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

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

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

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

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

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

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

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

Le **chargé de marketing** (communication/promotion/édition) contribue à la définition des activités de marketing de l'organisation et assure leur mise en œuvre. Un découpage peut s'opérer en fonction de la spécialisation de l'employé :
- le chargé de communication met en œuvre la communication de l'organisation ;
- le chargé de promotion a en charge l'élaboration, la logistique et la mise à disposition du public et des professionnels des informations et documents publicitaires ou de promotion ;
- le chargé d'édition assure le travail éditorial nécessaire à l'élaboration des brochures et catalogues ;
- le chargé de marketing assure la mise en œuvre des actions dans le cadre de la stratégie marketing de l'entreprise.

Le **commercial** est chargé de visiter une clientèle potentielle et/ou de gérer et développer une clientèle existante en vue de promouvoir et diffuser les produits et services vendus par

l'entreprise. Il négocie directement avec la clientèle selon les grandes orientations de la direction.

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

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

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

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

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

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

Le **conseiller en séjour** dont la fonction est proche de celle du conseiller voyages dans les agences : au-delà de la mission de conseil et d'information auprès des visiteurs, il distribue des prestations touristiques diverses proposées sur sa zone territoriale, en essayant de répondre de manière personnalisée à la demande.

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

Le chargé d'animation numérique de territoire accompagne les professionnels locaux du tourisme dans leur veille numérique et dans leur visibilité sur les réseaux numériques, en particulier pour la promotion et le développement touristique à l'aide du numérique et de l'e-réputation.

Le **chargé de promotion du tourisme local** élabore ou participe à l'élaboration de projets de valorisation du patrimoine local (aménagement d'infrastructures de loisirs, mise en valeur de site, de pistes ou circuits…). Son activité varie en fonction du type d'aménagement (station balnéaire, station de montagne, station verte, site industriel historique …).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3 Conditions générales d'exercice

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

Le technicien supérieur peut être soumis à des horaires décalés l'obligeant à travailler en soirée, le samedi, le dimanche, les jours fériés ainsi que pendant les périodes dites de " haute saison " pour les activités touristiques, périodes de congés scolaires notamment, dans le strict respect de la législation et des conventions collectives.

L'environnement professionnel dans lequel s'exerce son activité exige un comportement et une tenue adaptés, dans le respect de la législation du travail, des règles d'éthique et de déontologie des professions du tourisme. Il doit être particulièrement attentif à l'application des principes et dispositifs liés au développement durable.

Le technicien supérieur utilise en permanence ses compétences en communication que ce soit dans le contact avec les clients, le montage des projets ou l'accompagnement des groupes. Son activité peut notamment le conduire à utiliser une ou plusieurs langues étrangères, dont l'anglais. Sa maîtrise des technologies de l'information et de la communication le conduit à les mettre en œuvre de façon récurrente dans le cadre de son activité.

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

LES EMPLOIS ET LES EMPLOYEURS

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

↓ Organisations d'accueil / ↓ Emplois	**liés à la conception**	Animateur du tourisme local	Chargé de promotion du tourisme local	Agent de développement	Chargé d'animation numérique de territoire	**liés à l'hébergement, aux déplacements de touristes et à l'accueil sur des sites de loisirs**	Technicien d'accueil	Responsable animation et/ou accueil	Agent de vente et de réservation	Gestionnaire d'une structure
Entreprises de tourisme										
Ag. de voyages réceptives										
Ag. de voyages distributrices										
Tours opérateurs / Voyagistes										
Plateaux d'affaires										
Tourisme associatif et CE										
Ag. tourisme d'affaires et événementiel										
Bureaux d'escales de croisiéristes							■	■		
Parcs d'attraction et sites de loisirs							■	■	■	■
Sites culturels : musées châteaux, jardins								■		
Entreprises de coffrets cadeaux										
Loueurs de véhicules									■	
Centrales de réservation									■	
Ent. de transport de personnes										
Autocaristes									■	
Transporteurs aériens									■	
Transporteurs ferroviaires									■	
Transporteurs maritime et fluvial									■	
Croisiéristes									■	
Institutionnels										
CDT, ADT , CRT		■	■	■	■					
Offices de tourisme, SLA		■	■	■	■					
Collectivités territoriales, pays		■	■	■	■					
Parcs Naturels Régionaux, nationaux		■	■	■	■					
Associations culturelles, touristiques		■	■	■						
SEM dans le domaine du tourisme		■	■	■						
Hébergements										
Club et villages de vacances							■	■	■	■
Hôtellerie de plein air							■	■	■	■
Hôtels, centres de congrès, d'affaires							■	■	■	■

LA DESCRIPTION DES ACTIVITÉS PAR GRANDS PÔLES

PÔLE D'ACTIVITÉS 1 - GESTION DE LA RELATION CLIENTÈLE TOURISTIQUE (GRCT)

La « Gestion de la relation clientèle touristique » contribue à la construction de compétences en lien avec l'accueil, le conseil, la vente et le suivi de clientèle ainsi que l'accompagnement des touristes.

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

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

Ce pôle d'activités prend également appui sur :

- les compétences langagières et la maîtrise de la dimension interculturelle de la relation client, construites en « Culture générale et expression » et en « Communication en langues vivantes étrangères » ;
- la connaissance des territoires et des destinations, telle qu'elle est abordée en « Tourisme et territoires » ; en effet, une relation client de qualité s'appuie sur la valeur ajoutée apportée par les conseils avisés du professionnel, expert sur les caractéristiques des destinations ;
- des savoirs et savoir-faire concernant l'utilisation des sites et logiciels professionnels, en particulier les GDS (Global Distribution System ou plateformes de réservation), les CRM (Customer Relationship Management ou dispositif de gestion de la relation client).

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

Les activités et tâches caractéristiques du pôle	• **Gestion de l'espace d'accueil** • **Conseil et vente de prestations touristiques** ➢ Prise en charge du client ➢ Conduite de l'entretien de vente/conseil ➢ Concrétisation de la vente • **Suivi de la clientèle** ➢ Suivi de la prestation ➢ Suivi de la qualité de service • **Accompagnement des touristes**
Résultats attendus	• Satisfaction de la clientèle : personnalisation de la prestation, pertinence des informations produites par rapport à la demande du client (adéquation de l'offre à la demande), efficacité dans les transactions (réservation, prise de commande, émission de devis, facturation…) • Adaptation de la communication au profil du visiteur • Qualité des échanges • Respect et suivi de la réalisation de la prestation (respect des termes du contrat) • Cohérence par rapport à la politique commerciale et l'engagement éthique de l'organisation touristique • Respect des objectifs commerciaux fixés • Adaptation aux aléas • Respect des règles de sécurité lors de l'accompagnement des touristes

Les conditions de réalisation des activités	**Contexte informationnel :** bases de données clients ; profils des clients ; catalogue/brochure de l'offre de prestations touristiques ; fichiers de fournisseurs-prestataires ; réglementation de l'activité touristique ; principes d'éthique du tourisme ; supports d'aide à la vente. **Contexte technologique :** systèmes de réservation et de distribution (GDS) ; sites professionnels des voyagistes ; réseau intranet, Internet : brochures et catalogues en ligne, sites institutionnels, sites collaboratifs, comparateurs d'offres, blogs, forums de voyageurs… ; mobile-tourisme : applications spécifiques au tourisme, cartes d'embarquement, géo-localisation… ; logiciels de bureautique, logiciels de gestion et de simulation ; outils de gestion de la relation client (CRM) ; système de gestion de bases de données ; médias d'information et de communication (terminaux vidéo, terminaux mobiles, site WEB, …), matériels fixes ou mobiles de présentation et de transmission d'informations et logiciels associés. **Contexte relationnel en langue française et en langues étrangères :** relation clientèle individuelle ou groupe (en face à face et à distance) ; relation avec les prestataires : voyagistes, transporteurs, hébergeurs, assureurs, organisateurs de manifestations locales.
Niveau d'autonomie	Le degré d'autonomie (participe, fait sous contrôle, fait seul en autonomie) est lié à la taille de l'organisation, au degré de délégation appliqué et à l'expérience acquise par le titulaire du diplôme.

PÔLE D'ACTIVITÉS 2 - ÉLABORATION D'UNE PRESTATION TOURISTIQUE (EPT)

Une prestation touristique :

- s'inscrit dans un espace socio-géographique ciblé ;
- prend des formes diverses : montage d'un circuit de visite ou d'un itinéraire, d'un voyage dans une région française ou à l'étranger, d'une manifestation ou d'un événement en lien avec le patrimoine, la culture, le sport, les loisirs… ;
- peut être composée d'un assemblage de services (transport, hébergement, restauration, guidage, ventes de produits dérivés, assurance…) ;
- est commercialisée suivant différentes formules : prestation sèche, forfait, à la carte, sur mesure,… en utilisant les réseaux de distribution adaptés.

On se place du point de vue de l'organisation qui élabore la prestation touristique (la variété des organisations concernées est présentée dans la rubrique « emplois et employeurs »). Le diplômé doit être en mesure de proposer une prestation touristique correspondant à l'attente du touriste ou du commanditaire, tout en respectant les objectifs commerciaux, organisationnels et financiers du prestataire. Il doit savoir prendre en compte les contraintes réglementaires et concurrentielles dans chacune des phases de l'élaboration de la prestation (conception, y compris la promotion, et distribution). Pour cela, il doit procéder au préalable à une analyse du marché en rapport avec la prestation à construire en caractérisant l'offre et la demande sur ce marché.

Ce pôle d'activités prend également appui sur :

- les compétences langagières et rédactionnelles construites en « Culture générale et expression » ;
- la connaissance des territoires et des destinations, telle qu'elle est abordée en « Tourisme et territoires » ; en effet, l'élaboration de la prestation proposée doit systématiquement prendre en compte les caractéristiques et les potentialités de l'espace géographique concerné (territoire ou destination).

Les activités caractéristiques du pôle	• Analyse de l'activité touristique • Diagnostic stratégique d'une organisation touristique • Conception d'une prestation touristique • Diffusion d'une prestation touristique
Résultats attendus	• Respect du cahier des charges : adéquation aux attentes du client ou du commanditaire • Prise en compte des contraintes règlementaires, de délais et de budget pour élaborer la prestation • Cohérence de la démarche mise en œuvre • Qualité de la prestation proposée • Respect des objectifs commerciaux, organisationnels, éthiques et financiers du prestataire
Les conditions de réalisation des activités	**Contexte informationnel** : caractéristiques culturelles, patrimoniales, économiques et géographiques du territoire concerné, spécificités des cibles visées, catalogue des produits existants sur le marché et des prestataires potentiels, données réglementaires, informations sur le marché. **Contexte technologique** : réseau internet, banques de données spécifiques, outils de cartographie numérique, outils bureautiques, multimédias et logiciels professionnels dédiés. **Contexte relationnel** : relations avec les différents prestataires ; relations avec les acteurs locaux, nationaux ou internationaux du tourisme ; relations au sein d'une équipe.
Niveau d'autonomie	Ces activités s'exercent sous l'autorité d'un chef de produit et le degré d'autonomie est lié à la taille de l'organisation, au degré de délégation appliqué et à l'expérience acquise par le titulaire du diplôme.

PÔLE D'ACTIVITÉS 3 – GESTION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE (GIT)

Les métiers du tourisme sont fortement concernés par le développement de nouveaux outils et supports liés aux technologies de l'information et de la communication (TIC) non seulement au sein de la profession mais aussi chez les partenaires et surtout chez les clients (individuels ou entreprises). Cet essor et cette évolution nécessitent des capacités d'adaptation du titulaire du BTS Tourisme en matière de conception, de réalisation et de diffusion de l'information ainsi qu'à des formes nouvelles d'organisation du travail.

Les activités caractéristiques du pôle	• Veille informationnelle • Traitement de l'information • Diffusion d'informations au public cible • Conservation de l'information
Résultats attendus	• Mise à jour régulière et pertinente du système d'information de l'organisation • Production d'informations utiles à la décision • Adaptation de la mise en forme des informations en fonction des destinataires • Propositions de modalités de diffusion cohérentes avec la stratégie de communication • Respect de la charte graphique • Diffusion ciblée de l'information dans le respect des délais • Fidélisation de la clientèle
Les conditions de réalisation des activités	**Contexte informationnel** : données et informations règlementaires sur l'environnement et sur l'organisation ; données sur les prestataires ; fichiers ou bases de données commerciales (fiches produits, dossiers clients, dossiers destinations, dossiers produits) ; études d'organismes extérieurs (sur l'évolution du marché touristique et le comportement des acteurs).

	Contexte technologique : équipement multimédia en réseau internet et intranet (imprimantes, scanneurs, appareils photo/vidéo numériques, outils nomades), poste de travail en réseau ; logiciels : suite bureautique, système de gestion bases de données (SGBD), production assistée par ordinateur (PAO), présentation assistée par ordinateur (PREAO), retouche d'images et montage vidéo ; outils professionnels : logiciels de création-mise à jour de site internet et intranet, applications mobiles, bases de données professionnelles ; outils de communication : logiciels de messagerie, navigateurs, outils de travail collaboratif. **Contexte relationnel** : relations avec les autres services de la structure, les différents prestataires et les acteurs institutionnels.
Niveau d'autonomie	Le degré d'autonomie est important pour les situations les plus courantes de recherche d'information, de production, de traitement et de création de documents professionnels ce qui suppose une maîtrise (totale ou partielle) des aspects techniques de l'activité, des aptitudes à s'informer et à communiquer et des capacités à s'adapter à un environnement numérique prégnant et évolutif.

ANNEXE I-B

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

Bloc de compétences 1 - Gestion de la relation de la clientèle touristique			
Activités et tâches	**Compétences (être capable de)**	**Indicateurs d'évaluation des compétences**	**Savoirs associés**
Gestion de l'espace d'accueil Préparer et transmettre de l'information touristique sous forme papier et numérique Mettre en valeur l'offre proposée par le point d'accueil Animer des espaces d'accueil y compris des espaces spécifiques (espaces d'exposition, de conférence, d'attente)	***C1. Organiser l'espace d'accueil***	Maîtrise de la langue utilisée (1) Respect des chartes de qualité de l'accueil Respect des principes de développement durable Qualité et pertinence des supports d'information proposés Attractivité de l'espace d'accueil Optimisation de l'espace disponible	**1. Le cadre de la relation client** 1.1 Aménagement de l'espace d'accueil et de vente 1.2 La promotion sur le lieu de vente
Conseil et vente de prestations touristiques : prise en charge du client Prendre contact avec le client ou le prospect en face à face, par téléphone ou par voie numérique Questionner le client ou le prospect pour analyser ses besoins et ses attentes Renseigner le système d'information de l'organisation touristique	***C2. Accueillir le client*** ***C3. Pratiquer une écoute active du client*** ***C4. Caractériser la demande du client***	Comportement et posture adaptés aux usages de la profession Maîtrise de la langue utilisée (1) Aisance dans la communication orale et écrite Pertinence du questionnement Réactivité Empathie Suivi des consignes d'accueil propres à l'entreprise	**2. La négociation commerciale** 2.1 Eléments fondamentaux de la communication professionnelle 2.2 La communication professionnelle orientée client 2.3 Activité d'accueil, d'information, de conseil et entretien de vente

		Prise en compte de la clientèle à besoins spécifiques et à comportements déviants Qualité de l'information saisie	
Conseil et vente de prestations touristiques : conduite de l'entretien de vente/conseil Exploiter les supports professionnels d'aide à la conduite de l'entretien (documentation papier et numérique : GDS, base de données, site B to B) Prendre en compte les objections du client Proposer des services ou produits additionnels : assurances, pré-acheminement, produits dérivés, offre de crédit	***C5. Présenter les caractéristiques fondamentales des destinations ou des produits concernés*** ***C6. Proposer une prestation touristique adaptée (à la demande du client et aux objectifs de l'organisation)***	Maîtrise de la langue utilisée (1) Maîtrise des caractéristiques des destinations et des produits touristiques Force de l'argumentation Rapidité d'accès à l'information utile Pertinence des supports d'information choisis (plan, brochures, sites B to B, B to C, GDS, ...) Respect de la demande du client Expertise du conseil apporté au client Prise en compte de la politique commerciale de la structure Pertinence des choix et contre-propositions éventuelles	**2. La négociation commerciale** 2.3 Activité d'accueil, d'information, de conseil et entretien de vente **3. La tourismatique**
Conseil et vente de prestations touristiques : concrétisation de la vente Présenter les conditions générales et particulières de vente selon la législation en vigueur Établir le contrat de vente touristique Réserver les prestations touristiques Produire une facture	***C7. Finaliser la vente*** ***C8. Respecter les règles juridiques, éthiques et déontologiques***	Transparence de l'information fournie Obtention d'un accord ou d'un engagement ferme Respect des dispositions juridiques applicables à la prestation Efficacité dans les transactions Respect des règles de sécurité en matière de transaction financière	**2. La négociation commerciale** 2.3 Activité d'accueil, de conseil et entretien de vente 2.4 La finalisation de la vente **4. Les contrats liés à la relation avec les clients**

Encaisser le produit de la vente			
Suivi de la clientèle : suivi de la prestation Établir les documents de voyage (bons d'échange, billets, carnet de voyage...) Analyser et traiter les réclamations Assurer l'assistance conseil notamment en cas d'imprévu	***C9. Assurer le suivi de la vente***	Maîtrise de la langue utilisée (1) Fiabilité et conformité des documents émis Réactivité face aux situations exceptionnelles Efficacité dans le traitement des réclamations et la gestion des imprévus	**4. Les contrats liés à la relation avec les clients** **5. Le suivi de la relation client** 5.1 La démarche qualité 5.2 La gestion des réclamations et des litiges
Suivi de la clientèle : suivi de la qualité de service Mesurer la satisfaction de la clientèle Analyser les retours des clients Formuler des propositions d'amélioration Informer les services concernés	***C 10. Analyser la qualité de la prestation touristique vendue***	Fiabilité des informations recueillies Qualité de l'analyse Pertinence des propositions d'amélioration	**5. Le suivi de la relation client** 5.1 La démarche qualité
Accompagnement des touristes Installer une signalétique et proposer des supports d'information adaptés Assurer l'accompagnement en présentant le contexte géographique, historique et culturel Gérer les flux de touristes en respectant les règles de sécurité Adapter la prestation en fonction des demandes des touristes et des aléas Gérer les formalités d'accompagnement	***C11. Prendre en charge un groupe de touristes***	Attractivité du lieu d'accueil temporaire Aisance et clarté dans la communication orale Maîtrise de la langue utilisée (1) Pertinence des informations délivrées Réactivité aux demandes du public et aux aléas Position dans l'espace par rapport au groupe Respect du programme et des délais Rigueur dans la gestion des formalités Respect des règles de sécurité	**6. L'accompagnement des touristes** 6.1 Les techniques professionnelles d'accompagnement 6.2 Les règles de sécurité dans l'accompagnement des groupes 6.3 La gestion et l'accompagnement-animation du groupe de touristes

(1) Rappel : la langue utilisée est le français, l'anglais et une autre langue étrangère

Les savoirs associés

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
1. Le cadre de la relation client *Étude menée à partir de l'observation de points de vente et d'accueil de la clientèle touristique, de l'utilisation de base de données prospects, d'outils et d'applications numériques adaptés.*	
1.1 L'aménagement de l'espace d'accueil et de vente	Après avoir dressé un panorama de la distribution, il convient de détailler plus précisément les formes (vente en face à face et à distance) et lieux de vente (en agence, dans un call center ou web call center ou sur un salon).
1.2 La promotion sur le lieu de vente	Dans un contexte fortement concurrentiel, la mise en valeur de l'espace d'accueil ou de vente quel qu'il soit, est primordial pour développer et fidéliser la clientèle. Les différentes techniques d'animation et de promotion sont présentées dans un souci d'optimisation de l'activité commerciale.
2. La négociation commerciale *Étude menée à partir de l'observation de situations professionnelles d'accueil et de négociation commerciale emblématiques du secteur du tourisme et au travers de scénarios, de vidéos, de jeux de rôles qui peuvent nécessiter l'utilisation de sites et logiciels professionnels.*	
2.1 Éléments fondamentaux de la communication professionnelle	Après avoir présenté les concepts fondamentaux de la communication professionnelle en faisant référence aux principaux courants de pensée appartenant à différents champs disciplinaires, on observe plus particulièrement le mode de fonctionnement des acteurs dans une relation de communication professionnelle (posture, comportement, attitude, personnalité, émotions, lien entre attitude et comportement…) en distinguant les composantes verbales et non verbales de l'échange.
2.2 La communication professionnelle orientée client : registre de langage, codes sociaux,	Au cœur du métier de conseiller en voyages/séjours, les techniques de vente occupent une place prépondérante dans la gestion de la relation client. Dans un premier temps il s'agit de décrire le contexte

convenances commerciales, écoute active, freins à la communication, gestion des conflits	de la situation de vente puis d'adopter la stratégie et les techniques adaptées à mettre en œuvre, en distinguant les situations de prescription (conseiller en séjour) des situations de commercialisation (conseiller en voyages, télévendeur...).
2.3 L'accueil, l'information, le conseil et l'entretien de vente	On développe ici plus particulièrement, les situations professionnelles pour les phases d'accueil, de renseignement et de conseil des touristes afin de faciliter leurs conditions de séjour ou de voyage (y compris pour les différentes phases de l'entretien de vente et de proposition(s) d'offre(s) adaptée(s) de prestations ou de produits de tourisme).
2.4 La finalisation de la vente	Lors de la finalisation de la vente, les techniques de présentation du prix, des formalités et prestations complémentaires associés au contrat sont décrites. On aborde aussi la forme, le contenu et les processus d'élaboration et de circulation des principaux documents commerciaux : devis, contrat, titres de transport, bons d'échange, facture.
3. La tourismatique L'objectif est de connaître les principales fonctionnalités des outils utilisés en tourismatique et de réaliser les opérations de base. L'enseignement fondé sur l'utilisation des plateformes électroniques de gestion de réservation (GDS ou Global Distribution System) doit aborder, dans l'environnement ad hoc, les prestations aériennes (air) et les prestations ferroviaires (rail). Les situations professionnelles, simulées en formation et les situations réelles vécues en stage ou dans le cadre de la formation par la voie de l'apprentissage, devront permettre d'aborder les prestations **multimodales** : air + rail.	
3.1 Les plateformes électroniques de gestion des réservations (GDS) :	L'utilisation des plateformes (GDS) permet de trouver en temps réel les réponses aux questions les plus couramment posées par les clients en matière de transport (disponibilités, horaires, prix, spécificités de la prestation) et de vendre une prestation de transport correspondant aux attentes du client.
- prestations aériennes	Il s'agit de : - présenter les caractéristiques du transport aérien national et international (compagnies, aéroports, prestations) et la politique de prix (*yield management*) ; - présenter différents outils de tourismatique d'aide à la vente et répondre aux questions du client sur la préparation de son voyage (informations sur les pays, les aéroports, les compagnies aériennes), les moyens de transport envisageables pour se rendre sur la destination souhaitée (horaires, disponibilités, tarifs, spécificités) ; - créer et modifier un dossier passager (Passenger Name Record), tarifer, réserver, émettre et annuler le jour même.

- prestations ferroviaires	Il s'agit de : - connaître l'offre commerciale des transporteurs ferroviaires, en particulier la SNCF ; - créer et modifier un dossier passager (Passenger Name Record), tarifer, réserver, émettre et annuler le jour même.
3.2 Les serveurs des voyagistes, les sites professionnels	Il s'agit de se familiariser avec les principaux serveurs et sites utilisés en milieu professionnel, dans le cadre principalement des métiers de conseillers en séjour et en voyages.
4. Les contrats liés à la relation avec les clients Le contrat de vente de prestations touristiques est gouverné par les principes de la théorie générale des contrats prévus par le Code civil. Le Code du tourisme et le Code de la consommation apportent des précisions complémentaires sur les modalités de formation et d'exécution de ces contrats. Le contrat constitue une notion pivot dans la relation avec le client : contrats de vente, en face à face ou en ligne, portant sur des prestations telles que la billetterie, les forfaits, les produits sur mesure, les coffrets cadeaux, l'assurance. Il s'agit aussi, dans une situation de dommage lié à une activité touristique, d'identifier la nature juridique et l'étendue de la responsabilité (contractuelle ou délictuelle, civile ou pénale), de faire jouer le contrat d'assurance, de délimiter le contenu et l'étendue des garanties. Il s'agit enfin de sensibiliser le technicien supérieur en tourisme aux dispositions protégeant les intérêts du consommateur, en particulier quand ce dernier acquiert une prestation touristique via internet. La maîtrise de certains aspects du droit de la consommation est en effet devenue une nécessité face à l'évolution de la jurisprudence quant à la défense des intérêts du consommateur.	
4.1 Principes généraux sur les contrats	Il s'agit de présenter et d'analyser : - les conditions de formation du contrat (conditions de fond et de forme) et la sanction du non-respect de ces conditions (nullité du contrat) ; - les effets du contrat s'il est valablement formé : effet obligatoire et effet relatif du contrat ; - les droits d'une partie contractante face à son co-contractant qui n'exécute pas ce qui est prévu au contrat : exception d'inexécution, exécution forcée, mise en œuvre de la responsabilité contractuelle résolution du contrat ; - la responsabilité contractuelle et délictuelle.
4.2 Les dispositions régissant la vente de voyages et de séjours	Le régime de la vente de voyages et de séjours est régi principalement par le Code du tourisme. Certaines dispositions du Code de la consommation et du Code pénal régissent la période précontractuelle et imposent notamment au professionnel du tourisme une obligation d'information et de conseil au profit du non-professionnel ou consommateur. Il s'agit de : - définir et mesurer la portée de l'obligation précontractuelle d'information et de conseil qui pèse sur le professionnel ;

	- repérer les dispositions du Code de la consommation et du Code pénal protégeant le consommateur en matière de publicité mensongère, refus de vente, discrimination ; - présenter les dispositions relatives aux clauses obligatoires du contrat, au prix et à la révision du prix, aux modalités de paiement du prix, à la modification du contrat, à l'annulation et à la cession du contrat.
L'e-contrat de voyage	Le développement considérable des transactions numériques relatives au tourisme nécessite une connaissance des dispositions spécifiques régissant l'e-contrat de voyage. Il s'agit de repérer les dispositions spécifiques relatives : - aux conditions de validité de l'offre de voyage par voie électronique (étapes de la conclusion du contrat) ; - à l'e-paiement du voyage : sécurisation des transactions ; - à la protection de la vie privée et au traitement des données à caractère personnel ; - à la protection de la propriété intellectuelle (propriété des logos, marques, contenu du site...) ; - aux droits et obligations des responsables de traitement de données (LECN) - aux modalités de contestation du paiement - à l'absence de droit de rétractation.
Les contrats d'assurance liés aux voyages	Il s'agit de repérer, à partir d'exemples réels de contrat d'assurance voyages : - l'assurance assistance-rapatriement ; - les autres assurances, telles que l'assurance annulation ou l'assurance bagages ; - les risques couverts par les différentes formules proposées ; - les garanties proposées par les cartes bancaires.
Les instruments de paiement	Si le voyageur a vocation à utiliser les modes de paiement classiques comme la carte bancaire, des instruments lui sont néanmoins spécifiquement dédiés. Il s'agit de préciser : - les modalités d'utilisation des principaux moyens de paiement ; - le principe de fonctionnement des chèques vacances et des chèques voyage ; - le dispositif SEPA (Single European Payment Area).
4.3 Les modes alternatifs de résolution des conflits relatifs aux contrats	Il s'agit d'avoir une connaissance générale : - des compétences des juridictions : ordres de juridictions, compétences d'attribution et compétence territoriale, voies de recours (appel, cassation) ; - de la conciliation, de l'arbitrage et de la médiation, notamment la Médiation du Tourisme et des Voyages (MTV).

5. Le suivi de la relation client Étude menée notamment à partir de l'analyse d'enquêtes de satisfaction ou d'autres exemples de suivi de la relation-client.	
5.1 La démarche qualité	On s'attache à définir les notions de qualité, de satisfaction, de fidélité, de service après-vente et à identifier les stratégies de fidélisation pouvant être mises en œuvre (préventives-curatives). On intègre les résultats des enquêtes en accédant au système d'information touristique de l'organisation.
5.2 La gestion des réclamations et des litiges	Le traitement des réclamations fait partie intégrante de la stratégie de fidélisation curative.
6. L'accompagnement des touristes Étude menée notamment à partir de l'observation de situations professionnelles d'accompagnement, au travers de scénarios, de vidéos, de jeux de rôles, de mise en situation lors de voyages d'étude ou du stage professionnel.	
6.1 Les techniques professionnelles d'accompagnement	Dans le respect des règles de sécurité, il s'agit d'organiser et de prendre en charge l'accueil de touristes (individuels et groupes) dans tout type de situation d'accueil et de gérer les éventuels dysfonctionnements.
6.2 Les règles de sécurité dans l'accompagnement des groupes	Les règles de sécurité des biens et des personnes émanant de textes divers (Code de la route, Code du tourisme…) et variant en fonction de la constitution du groupe (mineurs…), de la nature de l'activité, et du milieu (montagne, littoral protégé…) sont présentées.
6.3 La gestion et l'accompagnement du groupe de touristes	Dans des situations d'accompagnement, il s'agit de repérer et d'identifier les caractéristiques des groupes et les interactions entre ses membres afin d'adapter spontanément son discours oral, de procéder aux régulations nécessaires, de maintenir l'attention du groupe et d'en garder la maîtrise. L'objectif principal reste de favoriser les échanges au sein du groupe. On prend en compte l'influence des groupes sur les comportements de communication par le biais des cultures, normes, réseaux sociaux, stéréotypes.

Bloc de compétences 2 – Élaboration d'une prestation touristique			
Activités et tâches	**Compétences (être capable de)**	**Indicateurs d'évaluation des compétences**	**Savoirs associés**
Analyse du cadre de l'activité touristique Analyser l'environnement socio-économique et juridique de l'activité touristique Analyser la structuration des acteurs du tourisme	***C12. Établir des liens entre l'évolution socio-économique ou juridique et l'activité touristique*** ***C13. Caractériser le rôle et le statut des acteurs du tourisme***	Pertinence de l'information sélectionnée Pertinence de l'analyse	**1. Le cadre socio-économique et juridique des activités touristiques** 1.1 La demande en matière de tourisme 1.2 La réglementation de l'offre touristique 1.3 Les acteurs de l'offre touristique 1.4 Le cadre juridique de l'organisation touristique
Diagnostic stratégique d'une organisation touristique Réaliser un diagnostic des menaces et des opportunités de l'environnement sur l'organisation (analyse externe) Réaliser un diagnostic des forces et des faiblesses de l'organisation (analyse interne) Synthétiser la situation stratégique de l'organisation	***C14. Identifier les menaces et les opportunités de l'environnement pour une organisation touristique donnée*** ***C15. Identifier les forces et faiblesses d'une organisation touristique donnée*** ***C16. Porter un jugement sur la situation d'une organisation touristique***	Rigueur de la démarche Pertinence du diagnostic	**2. Le fonctionnement d'une organisation touristique** 2.1 L'orientation stratégique 2.2 La configuration structurelle 2.3 La mobilisation des ressources humaines 2.4 La mobilisation des ressources financières 2.5 L'évaluation des performances

Conception d'une prestation touristique Analyser le marché pour une prestation donnée Monter une prestation touristique Définir un prix de vente Formaliser l'offre commerciale	***C17. Identifier les caractéristiques de l'offre et de la demande (pour une prestation donnée)*** ***C18. Sélectionner les fournisseurs et prestataires*** ***C19. Assembler les composantes de la prestation*** ***C20. Négocier les composantes de la prestation*** ***C21. Déterminer le coût de revient de la prestation*** ***C22. Fixer un prix de vente en fonction de la politique commerciale*** ***C23. Rédiger l'offre***	Pertinence des caractéristiques de marché identifiées Respect du cahier des charges (y compris du délai) Respect des dispositions réglementaires et éthiques en vigueur Prise en compte de la démarche de développement durable Efficacité de la négociation commerciale Qualité de la démarche de calcul du coût Exactitude des calculs Cohérence globale de la proposition au regard de la demande et de la stratégie de l'offreur Qualité de la rédaction de l'offre	**3. L'action mercatique** 3.1 L'étude de marché 3.2 Le produit touristique 3.3 Le prix **4. Méthodologie de construction d'une prestation touristique** 4.1 Cas d'une visite ou d'un voyage 4.2 Cas d'un événement
Diffusion d'une prestation touristique Sélectionner un moyen de distribution Mettre en place des actions de communication externe Participer à la création et à la rédaction des supports de communication Évaluer la commercialisation de la prestation	***C24. Choisir des réseaux et des canaux de distribution adaptés*** ***C25. Sélectionner des supports de communication adaptés*** ***C26. Porter un jugement sur la construction et la mise en œuvre d'une prestation***	Pertinence du choix des modalités de distribution Respect législation sur les opérations de promotion et de communication Adéquation et qualité des supports choisis Respect budget de communication Qualité de l'analyse sur les retombées	**3. L'action mercatique** 3.4 La communication externe 3.5 La distribution

Les savoirs associés

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
1. Le cadre socio-économique et juridique des activités touristiques Le technicien du tourisme doit maîtriser les clés nécessaires à la compréhension et à la construction de son environnement professionnel : réglementation de l'offre touristique, réglementation de la profession, régime d'exercice de l'activité touristique, variété des acteurs, repérage des principales caractéristiques de l'environnement (environnementales, culturelles).	
1.1 La demande en matière de tourisme Les différentes catégories d'acheteurs et de consommateurs (ménages, entreprises, associations) Comportements d'achat et de consommation Processus de décision d'achat	Il s'agit de caractériser la structure actuelle et les évolutions récentes de la consommation liées au tourisme, aux loisirs, aux transports et à la culture. La notion de ménage sera élargie au contexte européen et international, en intégrant la dimension interculturelle, afin de tenir compte des particularités du tourisme réceptif.
1.2 La réglementation de l'offre touristique Le Code du tourisme et la législation relative au tourisme Les modalités d'exercice des opérateurs de vente de voyages et de séjour	Il s'agit de présenter les grands principes des lois et décrets en vigueur qui encadrent la production et la vente de prestations touristiques sur le territoire français. En ce qui concerne les modalités d'exercice des opérateurs, trois aspects fondamentaux doivent être présentés : - le principe de la liberté d'établissement et de libre prestation de service ; - la procédure d'immatriculation d'opérateurs de vente de voyages et de séjours auprès d'Atout France ; - les conditions de l'immatriculation.
1.3 Les acteurs de l'offre touristique Les acteurs relevant du secteur commercial	Les acteurs intervenant dans la chaîne d'activités touristiques sont multiples : il s'agit d'en établir une typologie, de préciser le rôle respectif de chaque type d'acteurs et de mettre en exergue la logique de structuration du secteur. Après avoir présenté et caractérisé les principaux acteurs du secteur commercial (distributeurs, producteurs (tour opérateur), réceptifs ; entreprises d'événementiel ; espaces d'accueil, d'attraction, de loisirs ; structures de valorisation de sites culturels et naturels), il s'agit d'analyser le mode de structuration de ces acteurs : réseaux, indépendants, agences en ligne, grande distribution, TO

	généralistes, spécialistes, groupistes ; réceptifs excursionnistes, réceptifs loisirs et affaires ; centres de congrès et d'affaires, organisateurs de salons, hôtels, châteaux, musées, bases de loisirs, complexes d'animation, hébergements en milieu rural... En complément, on soulignera le rôle joué par les associations et syndicats professionnels du secteur.
Les acteurs relevant du secteur social et associatif	Le tourisme social peut être défini comme l'ensemble des programmes et actions visant à rendre effectif le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de la population (jeunes, familles, retraités...). Il s'agit, entre autres, de l'Agence Nationale pour les Chèques Vacances (ANCV), l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT), l'Association Tourisme et Handicap (ATH).
Les acteurs du tourisme responsable et solidaire	Pour garantir aux voyageurs la mise en pratique effective d'un tourisme dit «responsable», nous assistons à une normalisation de ce secteur de niche en pleine croissance. Il s'agit de repérer : - les différentes appellations existantes en précisant leur intérêt et leurs limites : labels français et internationaux, réseaux, trophées, chartes, marques, qualifications, certifications... - les principaux organismes y prenant part : Eveil-Tourisme, ATR, Citoyens de la Terre, organismes certificateurs tels que l'AFNOR.
1.4 Le cadre juridique de l'organisation touristique Le statut de l'organisation	En fonction de la nature de leur activité, de leur finalité et de leurs besoins financiers, les organisations touristiques adoptent des statuts juridiques différents. Ainsi, les acteurs du secteur concurrentiel exploitent leur activité sous la forme d'entreprise individuelle ou de société ; les offices de tourisme sous forme d'association, d'EPIC ~~ou d'EPCC~~ ; les exploitants de remontées mécaniques sous forme de société d'économie mixte. Il s'agit, après avoir défini les caractéristiques des différents statuts juridiques envisageables pour une organisation touristique, de mettre en évidence les critères de choix d'un statut juridique donné en précisant les conséquences de ce choix.
Le statut des personnes au travail	Toute personne accède à une activité professionnelle en adoptant un régime juridique donné : salarié de droit privé, fonctionnaire ou travailleur indépendant. Il s'agit de caractériser les différents régimes juridiques d'exercice d'une activité professionnelle et leurs effets dans une situation donnée. Le cas du contrat salarié sera plus particulièrement développé : - en distinguant les principaux types de contrat ; - en repérant, dans un contrat donné, les droits et obligations des parties ; - en définissant les cas et modalités de rupture d'un contrat de travail (avec mise en évidence les

	conséquences pour chacune des parties au contrat) ; - en précisant les principaux organes de représentation du salarié ainsi que le rôle de la négociation collective.
2. Le fonctionnement d'une organisation touristique La construction d'une prestation touristique s'effectue dans le cadre d'une organisation touristique dont il faut connaître les principes fondamentaux de fonctionnement tant sur le plan stratégique que sur le plan organisationnel pour que le produit proposé soit viable et crédible.	
2.1 L'orientation stratégique	
Positionnement sur un marché Modalités de développement (croissance organique, croissance externe, partenariats)	En s'appuyant sur des situations réelles, il s'agit de présenter et de justifier des options stratégiques pour pénétrer, se maintenir ou sortir d'un marché et d'indiquer les modalités de développement pertinentes par rapport à la taille, la finalité et les moyens de l'organisation étudiée.
2.2 La configuration structurelle La nécessité de structurer les organisations	Pour répondre à sa finalité de façon pérenne toute organisation doit se doter d'une structure qui peut être définie comme une combinaison d'éléments et de mécanismes visant à répartir, coordonner et contrôler les activités de l'organisation afin d'atteindre les objectifs stratégiques visés.
Les configurations structurelles	Aux structures traditionnelles types viennent progressivement s'ajouter des formes organisationnelles plus flexibles (transversales, par projet, en réseau, par processus). L'observation des organisations montre qu'il n'y a pas de déterminisme structurel car de nombreux facteurs peuvent influencer la manière dont elles se structurent (paramètres de la contingence : stratégie, environnement, taille, âge, système d'échange et de traitement de l'information choisi, culture...). Il s'agit, sur des cas observés, de repérer et d'apprécier les déterminants du choix d'adoption et d'évolution d'une configuration structurelle.
2.3 La mobilisation des ressources humaines	
La ressource humaine dans les organisations touristiques : les types d'emplois ; les modalités de recrutement, de rémunération, de formation ; la gestion des compétences	En lien avec les éléments sur le « statut des personnes au travail » développés dans le point 1.4, il s'agit d'évaluer les besoins en ressources humaines dans une situation contextualisée et d'étudier les moyens d'y répondre sur les plans quantitatifs et qualitatifs.
Les modes de management des hommes : exercice du pouvoir, motivation et	Il importe de : - caractériser les différentes modalités d'exercice du pouvoir (comportement des dirigeants, niveau de

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

3. L'action mercatique L'action mercatique touristique prend en compte, dans un environnement donné, l'évolution de la demande et des flux touristiques pour proposer un ensemble d'actions commerciales cohérent par rapport à la cible choisie et au positionnement adopté par l'entreprise touristique.	
3.1 L'étude de marché Segmentation de la demande touristique (de loisirs et d'affaires) Typologie et objectifs de l'étude de marché Méthodologie de conduite de l'étude de marché	La segmentation permet d'analyser la demande de manière plus fine et de fonder l'action mercatique, notamment en ce qui concerne les clientèles à besoins spécifiques. Il s'agit de présenter l'intérêt et les modalités de déroulement d'une étude de marché. En s'appuyant sur des situations réelles simples, sont présentées la démarche d'enquête ainsi que les techniques associées (observations, entretiens, questionnaires). Cet aspect doit être traité en relation avec le point de l'unité « Gestion de l'information touristique » consacré aux logiciels de traitement d'enquêtes.
3.2 Le produit touristique Caractéristiques La politique de produit : positionnement, gamme, qualité, innovation, marque	Les spécificités de la dimension « service » du produit touristique sont mises en exergue (en particulier les facteurs disponibilité, qualité et servuction). Les différents principes, méthodes et outils de la démarche qualité (assurance qualité, respect de la réglementation et des chartes professionnelles, certification, labellisation) sont abordés au travers d'exemples concrets, issus de l'environnement touristique local pour les pratiques les plus répandues dans les professions touristiques. Des exemples nationaux ou internationaux sont présentés en ce qui concerne les pratiques les plus innovantes.
3.3 Le prix Les principes de tarification du produit touristique La politique tarifaire dans le domaine des services, la gestion des capacités	Il s'agit d'identifier les grands principes de construction d'une politique tarifaire en se plaçant du point de vue de l'organisation touristique (en termes de coût, marge, budget, politique de produit) et du point de vue du client (perception de la qualité, prix psychologique). Les principes et l'importance de la gestion des capacités par les possibilités de modulation tarifaire (*yield management*) seront soulignés. On abordera aussi la place des appels d'offres dans la détermination du prix.
3.4 La communication externe Le plan de communication Les vecteurs de la communication et de la promotion : publicité, manifestations professionnelles et grand public, mercatique directe, opérations de relations publiques,	Il s'agit de mettre en évidence les principes de cohérence des plans de communication et la nécessaire recherche d'adéquation entre les objectifs et les moyens de l'organisation touristique, d'étudier la communication média et hors média et de porter une attention particulière à la communication digitale. L'accent sera mis : - sur les médias à privilégier dans le contexte des activités touristiques locales, notamment ceux liés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication ; - sur les cibles spécifiques à ces activités et à cette communication (partenaires professionnels,

presse, parrainage, mécénat *3.5 La distribution* Les réseaux de distribution de produits touristiques : composition, forces et faiblesses, pouvoir de marché	prescripteurs…). Le développement de la digitalisation et ses incidences sur la commercialisation des produits touristiques et des destinations est mis en avant sans pour autant négliger l'importance des circuits traditionnels.
4. Méthodologie de construction d'une prestation touristique Il s'agit de mettre en œuvre une démarche rigoureuse afin de créer une prestation touristique répondant à la demande du client et de proposer un prix qui est compatible avec les contraintes stratégiques, commerciales, organisationnelles et financières du prestataire. Les dimensions éthique (par exemple, sur la lutte contre l'exploitation des êtres humains, en particulier les enfants) et durable sont prises en compte. La prestation touristique : - prend des formes diverses : montage d'un circuit de visite ou d'un itinéraire, d'un voyage dans une région française ou à l'étranger, d'une manifestation autour d'un événement, de l'accueil ou de l'accompagnement d'un groupe de touristes… - est souvent composée d'un assemblage de services (transport, hébergement, restauration, guidage, ventes de produits dérivés, assurance) ; - est commercialisée suivant différentes formules : forfait, à la carte…	
4.1 Cas d'une visite ou d'un voyage *4.2 Cas d'un événement*	À partir d'une demande bien identifiée, on étudie les différentes phases de construction de la prestation qui répond à la demande : - analyse du cahier des charges ; - recherche d'informations, sélection des fournisseurs et prestataires ; - assemblage des composantes du produit, schéma-programme, négociation d'achat ; - budgétisation de la prestation (présentation du devis, coût de revient, marge, TVA) ; - offre de vente (programme, tableau des prix, brochure, dépliant, type de contrat, documents afférents) ; - évaluation de la prestation (satisfaction du client, écart entre coût budgété et coût réel). Il s'agit d'un événement en rapport avec le tourisme, en particulier le tourisme d'affaires. À partir d'une demande bien identifiée, on étudie les différentes étapes du montage d'un événement : - analyse du cahier des charges - gestion de la logistique (ex : choix des lieux et des sites, gestion des transports et transferts, hébergement, restauration, signalétique, accueil...) ; - relations avec les agences de communication et la presse (ex : fichier presse, communiqué de presse, dossiers de presse...) et les différents partenaires de l'événement ; - évaluation du coût de l'opération (calcul et mise en place d'un budget).

Bloc de compétences 3 – Gestion de l'information touristique			
Activités et tâches	**Compétences (être capable de)**	**Indicateurs d'évaluation des compétences**	**Savoirs associés**
Veille informationnelle Rechercher et sélectionner l'information externe pertinente Mettre en place une méthode de veille Actualiser les bases d'information Contribuer à l'enrichissement des bases d'information	***C28. Assurer une veille informationnelle*** ***C29. Identifier les évolutions et les changements significatifs dans l'environnement*** ***C 30. Mettre à jour les bases d'information***	Cohérence de la méthode de veille retenue Maîtrise des outils utilisés Fiabilité des sources sélectionnées Pertinence de la mise à jour de la base d'information	**1. Les éléments fondamentaux de l'environnement numérique** 1.1 L'information touristique 1.2 Le système d'information touristique 1.3 Les matériels et les logiciels 1.4 Les réseaux informatiques, intranet, internet 1.7 La veille informationnelle touristique **3. Outils de communication** 3.1 Logiciels et outils de communication disponibles sur le web 3.2 Les sites Web
Traitement de l'information Appliquer des critères de sélection des données Utiliser un logiciel de traitement de l'information adapté Produire une synthèse	***C31. Produire de l'information utile à la décision***	Rigueur de la démarche Maîtrise de l'outil de traitement Pertinence de l'analyse	**1. Les éléments fondamentaux de l'environnement numérique :** 1.6 Les bases de données relationnelles **2. Outils bureautique et multimédia** 2.1 Traitement de textes, tableur, grapheur **4. Outils de traitement d'enquête**

Diffusion d'informations au public cible Élaborer des messages adaptés aux différentes cibles Choisir les outils et les circuits d'information Suivre la diffusion de l'information	***C32. Diffuser des messages adaptés (contenu et canal) au public cible***	Production de l'information dans un langage adapté au destinataire Adéquation destinataires / circuits d'information Respect de la charte graphique Respect du cadre réglementaire et de la législation Qualité et lisibilité des messages produits Efficacité de la diffusion	**2. Outils bureautique et multimédia** **3. Outils de communication** **5. Outils de géolocalisation**
Conservation de l'information Sélectionner la documentation à conserver sous une forme adaptée Mettre à jour les archives Gérer les sauvegardes Appliquer les règles de confidentialité et les procédures d'accès au système d'information	***C33. Archiver l'information*** ***C34. Participer à la sécurisation du système d'information touristique***	Accessibilité à l'information archivée Diminution de l'empreinte écologique Intégrité des données Respect des règles de sécurisation, de diffusion et de stockage des informations	**1. Les éléments fondamentaux de l'environnement numérique** 1.5 Principes de sécurité informatique 1.8 Archivage de l'information (gestion électronique de documents)

Notions, outils et méthodes	Sens et portée de l'étude
1. Les éléments fondamentaux de l'environnement numérique Ces notions doivent permettre d'identifier et de comprendre l'environnement numérique des organisations de tourisme.	
1.1 L'information touristique	Il s'agit de définir la notion d'information touristique en évoquant ses différentes formes, sources et qualités (pertinence, fiabilité, durée de vie).
1.2 Le système d'information touristique Composantes, rôles, spécificités en fonction des métiers	Il s'agit de repérer les différents rôles du système d'information : pour communiquer de façon interne et de façon externe, pour aider la prise de décision, pour faciliter le travail collaboratif, pour mettre en place les outils de formation en ligne et les bases de données touristiques.
1.3 Les matériels et les logiciels	Les matériels sont décrits avec les caractéristiques utiles à la profession : vitesse d'exécution, capacité de stockage, capacité de traitement, type de stockage.
1.4 Les réseaux informatiques, intranet, internet	Les réseaux sont décrits par leurs fonctionnalités et les usages habituels de la profession. Les seuls aspects techniques utiles concernent : - les débits et les risques de lenteur dus aux limites du réseau ; - les différents types de réseaux, le modèle client-serveur ; - les choix de stockage de l'information et de sauvegarde (stockage déporté et stockage en ligne).
1.5 Principes de sécurité informatique Les risques informatiques et leur prévention ; droits d'accès ; réglementation sur l'utilisation des données	Il s'agit d'appréhender les règles de base à suivre en matière de traitement de l'information pour préserver l'activité de l'organisation.
1.6 Les bases de données relationnelles La structure, les tables, les relations, les règles d'intégrité, les requêtes, les états	La connaissance de la structuration des bases de données relationnelles doit permettre de mieux comprendre la logique des diverses requêtes et traitements réalisés par les outils professionnels utilisant des bases de données qui ne sont pas accessibles en dehors des traitements prévus par le système. La compétence visée n'est pas celle de création de bases de données relationnelles en dehors d'éventuels cas très simples dans les toutes petites structures mais de former des utilisateurs avertis.
1.7 La veille informationnelle touristique Typologie de la veille, outils et limites et vérification des sources.	La capacité à accéder à une information touristique fiable est primordiale. Il s'agit ici de montrer les trois dimensions de la veille : continue, stratégique, et prospective.

1.8 Archivage de l'information (gestion électronique de documents) Acquisition, classement et stockage, les formats d'échange	Il s'agit de faciliter le classement et le stockage numérique de l'information de façon sécurisée et adaptée.
2. Outils bureautique et multimédias Les interfaces et les objets (caractères, mots, page, texte, image, document) présentent des caractéristiques communes aux différentes familles de logiciels bureautiques. La formation à ces outils doit être concrète et s'appuyer sur les pratiques professionnelles qui constitueront la base des applications proposées. L'utilisation de logiciels et de solutions gratuites est conseillée, y compris en utilisant des solutions en ligne, en respectant une charte graphique.	
2.1 *Traitement de textes, tableur, grapheur*	L'approfondissement des fonctions essentielles de ces outils appréhendés dans l'enseignement secondaire dans le cadre d'une utilisation professionnelle concerne : - pour le traitement de textes : mode plan pour textes longs, feuilles de style, modèles, mode révision, publipostage avec filtres ou conditions ; - pour le tableur / grapheur : utilisation de formules conditionnelles, conception des mises en forme personnalisées, création de tableaux croisés dynamiques, établissement de liaisons entre feuilles de calcul, utilisation de feuilles en tant que table (relation) et graphes personnalisés.
2.2 Outils de gestion du temps	Il s'agit de connaître et de paramétrer les fonctionnalités de l'agenda électronique et des outils de coordination des emplois du temps
2.3 Outils de gestion de projet : tableau de bord, planning, cartes heuristiques	Ces outils permettent de faciliter le travail de gestion des projets, d'agencement des tâches, et de suivre les étapes de la prise de décision. Dans le cadre de cet enseignement la recherche d'un optimum n'est pas prévue.
2.4 Publication assistée par ordinateur (PAO)	Il s'agit de maîtriser les éléments de base pour la production de documents professionnels (devis et propositions commerciales, brochures, documents publicitaires et de communication) et les fonctionnalités de la retouche d'images et de mise en page.
2.5 Présentation assistée par ordinateur (PREAO)	Véritable auxiliaire de communication, la PREAO (diaporama) est abordée ici dans son usage le plus courant dans un contexte professionnel (animation et transition, retouche d'image, insertion de séquences son et vidéo, lien hypertexte, montage dynamique). La production d'une PREAO plus riche se justifie notamment dans des situations commerciales telles que les outils de présentation dans des salons, présentations brochures, …

2.6. Montage audio/ vidéo numérique	Il s'agit ici de produire une vidéo (principe de montage vidéo simple, animation, transition, insertion bande son, narration, édition de la vidéo).
3. Outils de communication Il s'agit de préciser les connaissances sous-jacentes et de créer des compétences professionnelles pour communiquer. Le niveau de technicité est celui d'un utilisateur averti et il faut développer la curiosité et la capacité à s'adapter aux évolutions futures.	
3.1 Logiciels et outils de communication disponibles sur le web : messagerie, navigateurs, moteurs de recherche	Ces outils permettent d'utiliser et d'exploiter sur le plan professionnel les moyens de communication les mieux adaptés tout en ayant conscience des risques et limites de leur utilisation.
3.2 Les sites Web : fonctionnement des sites, architecture, mise à jour de pages en utilisant les logiciels appropriés et tous les moyens disponibles sur le web.	Les sites web se sont généralisés dans le secteur du tourisme pour collecter et diffuser l'information, et réaliser des transactions. La mise ligne des informations ou des pages se fait directement sur le site par les membres de l'organisation avec des interfaces facilitant le travail de mise à jour et de création.
3.3 Les outils nomades, mobiles et application de communication	Les outils mobiles numériques et les multiples applications permettent de documenter, d'illustrer, guider et d'accompagner des activités touristiques de natures diverses. Assurer une veille technologique sur ces outils et différentes applications qui évoluent très rapidement, notamment dans la valorisation du patrimoine et des produits touristiques, est indispensable à la préparation des futurs professionnels du tourisme.
3.4 Les logiciels de services réseau, services web, le web social : forum, blogs, wiki,... ; réseaux sociaux	Les usages des réseaux sociaux par les professionnels du tourisme sont allés croissants. Les futurs professionnels du tourisme doivent connaître les modalités de fonctionnement et l'utilisation de ces instruments d'expression et de communication.
3.5 Les plates-formes de travail collaboratif	Les compétences pour réaliser un travail collaboratif à distance doivent être développées quel que soit l'outil mis en œuvre.
4. Outils de traitement d'enquête L'objectif est de connaître les principales fonctionnalités des outils et de réaliser les opérations de base à partir d'un logiciel ou de solutions en ligne.	
4.1 Logiciels de traitement d'enquêtes	Il s'agit de présenter les modalités de fonctionnement d'un logiciel de traitement d'enquêtes en se limitant à un échantillon de convenance (les modalités de déroulement de l'enquête et l'élaboration

	du questionnaire sont étudiées en élaboration d'une prestation touristique).
5. Outils de géolocalisation Les outils de géolocalisation servent à assister le professionnel, notamment pour l'intégration d'itinéraires dans la production de prestations touristiques (estimation kilométrique, coûts, durée, production de plans).	
5.1 Outils et logiciels de création d'itinéraire disponible sur le web, GPS	Il s'agit d'initier à la technologie de la géolocalisation disponible sur le web ou grâce à des instruments nomades (Global Positionning System) associés à des logiciels pour le montage de produit touristique.

Nota : les compétences concernant les TIC sont principalement acquises par la pratique. C'est donc sur poste de travail que les séances consacrées aux enseignements de gestion de l'information touristique sont organisées ; les périodes de stage ou d'alternance sont également l'occasion d'enrichir les compétences en ce domaine en se situant dans le contexte technologique des organismes d'accueil. Les outils étudiés ne peuvent faire l'objet d'un parcours exhaustif. Il faut mettre l'accent sur les fonctions transversales de manipulation des objets (insérer, modifier, couper, copier, coller, formater, sécuriser, stocker...), de l'utilisation des logiciels et s'attacher à la présentation des interfaces. La multitude des outils disponibles en ligne (retouche / photo, création graphique, montage audio/vidéo...) offre de nombreuses potentialités permettant d'enrichir les pratiques professionnelles des apprenants. De plus, une méthodologie d'exploitation de l'aide en ligne permet de développer l'autonomie et de créer des compétences d'autoformation notamment sur les fonctions qui ne seront utilisées que par certains en fonction du contexte professionnel.
Le périmètre précis des fonctionnalités des logiciels étudiés est nécessairement évolutif avec les progrès des technologies.

Bloc 4 - Culture générale et expression

Les éléments relatifs à ce bloc sont définis par l'arrêté du 16 novembre 2006 intitulé « Objectifs, contenus de l'enseignement et référentiel du domaine de la culture générale et de l'expression pour les brevets de technicien supérieur » publié au BO n° 47 du 21 décembre 2006.

Bloc 5 et bloc 6 - Communication en langues vivantes étrangères

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

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

La pratique d'une troisième langue vivante étrangère est un atout supplémentaire. Elle est présentée au titre de l'épreuve facultative et choisie dans la liste des langues facultatives autorisées aux brevets de technicien supérieur.

Le niveau exigible en fin de formation est fixé en référence au *Cadre européen commun de référence pour les langues* (CECRL) : le niveau B2 pour l'anglais et pour l'autre langue vivante étrangère obligatoire ; le niveau B1 pour la langue vivante étrangère facultative.
Le CECRL définit les compétences associées au niveau B2 de la façon suivante : « *peut comprendre le contenu essentiel de sujets concrets ou abstraits dans un texte complexe, y compris une discussion technique dans sa spécialité ; peut communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance tel qu'une conversation avec un locuteur natif ne comporte de tension ni pour l'un ni pour l'autre ; peut s'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets, émettre un avis sur un sujet d'actualité et exposer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités* ».
Les compétences correspondant au niveau B1 sont les suivantes : « *est capable de comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé à propos de choses familières dans le travail et dans la vie quotidienne ; est en mesure dans la plupart des situations rencontrées en voyage dans une région où la langue est parlée, de produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers ; peut relater un événement, décrire un espoir ou un but et exposer brièvement un raisonnement* ».

A / Connaissances et compétences langagières générales

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

Ces compétences sont développées par les pratiques et activités suivantes :
- exploitation de documents oraux ou écrits de toute nature et représentatifs de la civilisation et de la vie quotidienne des pays étrangers ;
- exposition régulière à une vaste gamme de sources d'information culturelle et professionnelle dans la langue étudiée, à savoir articles de presse (générale ou spécialisée), extraits de romans, extraits de films, émissions de radio, interviews, reportages, documentaires, brochures de voyages, de compagnies de transport ou de tout autre prestataire de services touristiques, courriers professionnels, blogs, sites web ;
- traduction et adaptation, à destination d'une clientèle étrangère, de documents relatifs à un produit touristique français ;
- rédaction de comptes rendus, de programmes de voyage, de courriers simples ou de messages (par voie électronique ou postale) ;
- traitement d'instructions ou d'informations à caractère professionnel reçues oralement ;
- échanges conversationnels dans une situation professionnelle donnée, présentation, explications et argumentations orales (y compris par téléphone).

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

B/ Compétences langagières appliquées au domaine professionnel

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

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

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

C/ Connaissances et compétences culturelles et interculturelles

Dans la perspective de l'évolution permanente des métiers du secteur du tourisme, l'acquisition de compétences culturelles et interculturelles est indispensable. Ces compétences sont nécessaires dans de nombreuses situations professionnelles comme, par exemple, celles qui exigent :
- de sélectionner et proposer un produit ou un service adapté à une clientèle étrangère ;
- d'analyser une situation de communication en tenant compte des contextes socioculturels (celui du client ou touriste étranger et le sien propre) et des spécificités locales.
On s'applique donc à développer la connaissance du mode de vie, des habitudes, des pratiques commerciales, de la culture sociale des peuples dont on étudie les langues.

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

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

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

touristique français adapté aux besoins et aux attentes de clients étrangers	Etre capable d'expliquer les habitudes et pratiques de son propre pays pour lever les stéréotypes ou les représentations erronées	informations essentielles concernant les caractéristiques et la disponibilité d'un produit touristique ; - les restituer en situation de face à face ou au téléphone ou par écrit ← CE / EO / EE Savoir rédiger et mettre en forme (en anglais et dans une autre langue étrangère) un programme de voyage, circuit, séjour ou activité touristique (avec ses différentes composantes ← EE Etre capable de présenter ce programme oralement (en anglais et dans une autre langue étrangère) et d'en commenter et justifier les propositions ← EOC Etre capable de réorienter la proposition en fonction du profil du client, de ses attentes spécifiques et de ses objections éventuelles ← EOI Etre capable d'établir un devis (en anglais et dans une autre langue étrangère) ← EE Etre capable de présenter et justifier ce devis (en anglais et dans une autre langue étrangère), à l'oral et / ou à l'écrit ← EO / EE	- adaptant la présentation de l'offre locale en tenant compte des différences culturelles et interculturelles. Présenter un produit touristique français à des clients étrangers à partir de notes succinctes en exposant les arguments de vente principaux de façon hiérarchisée et cohérente et en prenant en compte les objections éventuelles du client étranger. Mettre au point (en anglais et dans une autre langue étrangère) une offre de tarif ou un devis à destination d'un client étranger en prenant appui sur des informations empruntées à des situations réelles et en les traduisant (en anglais et dans une autre langue étrangère) pour établir le devis chiffré.
Vendre des produits touristiques étrangers à une clientèle française			
Proposer un produit touristique étranger adapté aux besoins et aux attentes d'une clientèle française	Connaître les réalités géographiques, historiques, culturelles, patrimoniales des pays concernés (en lien avec les éléments développés dans le programme de « Tourisme et territoire »)	Savoir trouver les informations nécessaires en consultant des ressources variées (dont les bases de données) disponibles en anglais et dans une autre langue étrangère ← CE Savoir exploiter l'information disponible en anglais et dans une autre langue étrangère sur les sites professionnels ← CE / EE Savoir interroger par écrit (courriel) des prestataires, organismes ou établissements étrangers ← EE	Mettre au point en français, à partir de sources et documents en anglais et / ou dans une autre langue étrangère, des fiches de présentation ou des dossiers techniques sur des destinations touristiques ou manifestations (festival, salon, foire, exposition, événement sportif, etc.) à l'étranger. Rédiger des documents professionnels de base (courriels, lettres) pour communiquer avec des prestataires, organismes ou établissements étrangers.

Gestion des formalités nécessaires à la bonne exécution de la prestation		Savoir effectuer et suivre les réservations auprès des prestataires et partenaires étrangers - à l'oral ← CO / EOI - à l'écrit ← EE	Entraînement sous forme de mises en situation, simulations, résolutions de problèmes
Accompagner des touristes étrangers			
Organiser les espaces d'accueil temporaires	Savoir utiliser des éléments paralinguistiques (sigles, abréviations, acronymes, logos étrangers)	Etre capable de mettre en forme une signalétique en anglais et dans une autre langue étrangère (étiquetage, fléchage, panonceaux, affiches, etc.) ← EE	Repérer, à partir de documents multiples et variés (séquences vidéo, films, messages et affiches publicitaires, presse spécialisée, chaînes de télévision et sites internet spécialisés dans les voyages et le tourisme, etc.) les spécificités et les constantes de la signalétique étrangère. S'approprier le lexique et la syntaxe de cette signalétique.
Prendre en charge, en anglais et dans une autre langue étrangère, des touristes étrangers	Savoir adopter une attitude d'ouverture, d'écoute et d'intérêt à l'égard des touristes étrangers et de leur culture Jouer son rôle d'intermédiaire culturel et savoir anticiper et identifier les situations conflictuelles possibles Savoir s'adapter à ces situations pour les résoudre Savoir identifier les différences gestuelles et proxémiques Connaître les différentes étapes de l'adaptation dans un séjour (étapes du « choc culturel »)	Savoir renseigner, orienter ← EO Connaître et savoir utiliser le champ lexical des déplacements dans l'espace et les indicateurs de temps ← CO / EO / CE / EE Connaître et savoir utiliser les dénominations des pays et de leurs habitants ← CO / EO / CE / EE Etre capable de faire une présentation organisée et savoir : - mettre en évidence les avantages et les inconvénients d'une option - hiérarchiser les informations de manière à établir un plan cohérent ← EO Savoir gérer linguistiquement une négociation pour trouver une solution à une situation conflictuelle, à un évènement imprévu ← EOI Savoir soutenir la conversation sur un terrain connu en confirmant sa compréhension et en sollicitant le groupe ← EOI	À partir de supports multiples et variés, repérer les modes et les codes de communication, les habitudes des clients étrangers. Proposer des mises en situation (jeux de rôle, études de cas, simulations globales, séquences filmées, etc.) en faisant varier les paramètres suivants : - lieux de la prise en charge (gare, aéroport, hôtel, restaurant, site ou monument, etc.) ; - profils des clients (pays d'origine, âge, profession, objet et contexte de la visite, etc.) ; - éventuels imprévus ou situations problématiques (retard dans les transports, fermeture inopinée d'un site ou d'un monument, grève, etc.). Au fil de ces mises en situation et au terme des simulations réalisées, faciliter la pratique réflexive sur (et dans) la langue-cible : pour les activités en binôme ou en groupe, favoriser, par l'analyse collective des prestations et par l'intercorrection, les remédiations nécessaires, en recourant si possible et de temps à autre à l'autoscopie. Présenter une prestation ou une activité touristique à un client étranger ou un groupe de clients étrangers. A partir de supports multiples et variés en anglais et dans une autre langue étrangère (reportages écrits,
Présenter, en	Savoir construire une	Etre capable de réaliser et présenter une synthèse	

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

Suivre et fidéliser la clientèle étrangère			
Mettre en œuvre, en anglais et dans une autre langue étrangère, un suivi de vente Traiter les réclamations	Savoir utiliser les codes culturels verbaux et non verbaux adaptés à la situation donnée Savoir mesurer la représentativité d'une situation particulière Etre capable d'identifier les zones conflictuelles Savoir servir de médiateur lorsque des comportements et des convictions contradictoires ont été en présence	Savoir écrire un courrier, un courriel en anglais et dans une autre langue étrangère ← EE Savoir traiter les réclamations écrites des clients étrangers et y apporter une réponse adaptée ← EE Savoir rédiger un questionnaire de satisfaction en anglais et dans une autre langue étrangère ← EE Etre capable de développer une argumentation claire et savoir : - utiliser des arguments secondaires et des exemples pertinents - enchaîner des arguments avec logique - faire une contre-proposition ← EE / EO	Etudier des demandes, requêtes, réclamations (écrites et orales) exprimées en anglais et dans une autre langue étrangère et y repérer les éléments saillants (registre, ton, vocabulaire spécifique, formules de politesse, objet de la demande, etc.) et s'entraîner à fournir et exprimer des réponses adéquates (à l'écrit comme à l'oral), qui tiennent pleinement compte de l'historique et du contexte de la prestation ainsi que de l'identité de l'interlocuteur Synthétiser et consigner les écrits dans un dossier de suivi. Etudier des supports-modèles (en anglais et dans une autre langue étrangère) authentiques, multiples et variés : questionnaires, sondages, enquêtes de satisfaction, statistiques, etc. À partir de ces modèles, réaliser (en anglais et dans une autre langue étrangère) un questionnaire en fonction d'un contexte donné et de tel ou tel type de clientèle. Réaliser des interviews, enquêtes, sondages, par écrit, en face à face ou par téléphone. Relancer le client par téléphone ou par courrier/courriel en prenant appui sur les éléments de son dossier et faire (à l'écrit et / ou à l'oral) une nouvelle proposition de prestation, en mettant en avant les arguments susceptibles d'emporter l'adhésion de ce client-cible (au profil désormais connu).

Bloc 7 - Tourisme et territoire
Le tourisme entre mondialisation et développement durable

Les connaissances et les compétences développées dans ce bloc peuvent être mobilisées dans une démarche et des situations professionnelles variées : stages, ateliers de professionnalisation, spécialisation sectorielle, élaboration d'une prestation touristique, vente de voyages et de séjours.

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

« Tourisme et territoires » privilégie **une approche spatialisée** du tourisme permettant de repérer et d'analyser dans un contexte de mondialisation des activités humaines et de nécessité de prise en compte du développement durable, l**es potentialités d'un territoire donné d'un point de vue touristique**. L'approche géo-historique donne également la possibilité d'appréhender et de relativiser l'intérêt d'un lieu, d'un bien ou d'une activité considérés comme touristiques.

L'acquisition des compétences de ce bloc :
- nécessite la maîtrise de supports et d'outils techniques : lecture et analyse de cartes sur des supports variés (SIG, GPS, cartes routières, cartes topographiques, photographies aériennes, images numériques) en relation avec les pratiques professionnelles. L'étude des territoires amène ainsi à construire une représentation graphique claire, ordonnée et hiérarchisée de ces territoires (cartes thématiques et de synthèse, croquis et schémas de territoires, croquis d'itinéraires) ;
- est fondée sur une approche par études de cas, de territoires d'échelle variable, choisis autant en France que dans les principaux bassins touristiques mondiaux. Ces études de cas contextualisées permettent d'analyser concrètement des territoires touristiques et d'approfondir les thématiques du tourisme. Le programme invite à croiser les parties II. Thématiques et III. Territoires pour viser l'acquisition des connaissances géographiques et du patrimoine et appréhender les principales dynamiques des territoires du tourisme.

1. Compétences visées

En mobilisant l'ensemble des compétences suivantes, le futur diplômé doit être capable de présenter et d'expliquer les potentialités et les dynamiques d'un territoire touristique :

- définir et caractériser un territoire touristique ;

- identifier et situer les destinations et territoires touristiques majeurs sur des cartes à plusieurs échelles (locale, nationale, régionale et mondiale) et dans le système touristique mondial ;
- lire et comprendre un paysage touristique et/ou patrimonial ;
- classer, hiérarchiser et mettre en relation des informations extraites des documents usuels de la géographie touristique (cartes, statistiques, images, documents promotionnels, articles scientifiques, articles de presse ... sous forme écrite, audiovisuelle ou numérique) ;
- caractériser les différentes formes et pratiques de tourisme et de loisirs et leurs évolutions ;
- analyser et expliquer les potentialités touristiques d'un territoire :
  - présenter les ressources ou les aménités, les contraintes et les risques (géographiques, climatiques, culturels, géopolitiques, institutionnels, réglementaires) ;
  - analyser la mise en tourisme d'un territoire, ses dynamiques y compris dans une dimension prospective et critique, en mobilisant différentes échelles ;
  - identifier les principaux acteurs du tourisme et leurs stratégies dans le cadre de la définition et de la mise en œuvre d'une politique touristique ;
- analyser les impacts socio-économiques, culturels et environnementaux de la mise en tourisme d'un territoire ;
- cartographier et schématiser les territoires touristiques, leurs organisations et leurs dynamiques.

2. Thématiques

Notions	Sens et portée de l'étude
Le tourisme dans le monde et sa diffusion	L'étude du tourisme à l'échelle mondiale permet de fixer les repères majeurs dans le cadre du processus de mondialisation. Ainsi, il s'agit de distinguer et de localiser les principaux bassins touristiques mondiaux, leurs dynamiques et les flux qui les nourrissent. Á partir de cartes à différentes dates et échelles et de documents de différentes natures, il s'agit de montrer la diffusion mondiale du tourisme en fonction des moyens (techniques, économiques, financiers...), de l'évolution des pratiques et des comportements, des contextes (historique, social, politique, culturel, économique, ...) et ceci dans une approche géo-historique.
Acteurs et mise en tourisme	Cette thématique est abordée à partir d'études de cas, conduites à différentes échelles qui permettent une analyse en termes d'aménités, de potentialités, de contraintes et de risques. Elle permet aussi d'identifier, dans leur organisation et leurs stratégies, les acteurs majeurs du tourisme, notamment : - les organisations internationales (dont l'OMT), les structures nationales et locales (Conseil national du tourisme, Atout France, Union nationale des

	associations du tourisme, Institut français du tourisme, offices du tourisme, comités régionaux du tourisme, agences de développement touristique, collectivités territoriales) ; - les acteurs privés depuis les firmes transnationales jusqu'aux entreprises locales, y compris les entreprises issues de l'économie numérique (professionnels du tourisme, voyagistes, agences, promoteurs..). Les acteurs et les dynamiques du tourisme contribuent au développement, à l'aménagement, à la promotion, à la gestion et la protection du territoire. À ce titre il convient de montrer les multiples impacts à la fois socio-économiques, spatiaux, culturels et environnementaux. Ils peuvent être positifs (valorisation, protection, désenclavement ...) comme négatifs (ségrégation socio-spatiale, enclavement, pression sur les ressources, conflits d'usages ...). Il convient aussi d'analyser les choix en matière de politiques touristiques et de communication portés par les acteurs dans une démarche critique.
Tourisme et patrimoine	Le patrimoine participe à la mise en tourisme d'un lieu et à son identité construite et revendiquée. Quelques études de cas mises en perspective permettent de présenter les différents patrimoines matériels, immatériels et naturels tout en soulignant le caractère évolutif et relatif de ces ressources. Il convient aussi d'aborder le processus de patrimonialisation des lieux touristiques, ses effets et ses limites.
Représentations, imaginaires et pratiques des touristes	Les touristes dans leurs multiples identités et leurs pratiques sont une autre catégorie d'acteurs qui fabriquent et renouvellent les territoires touristiques. Les imaginaires et les représentations sont au cœur des motivations des touristes. Comme objets culturels, les imaginaires évoluent, se transforment et participent à la fois à l'uniformisation et à la différenciation des lieux dans la mondialisation. Ils peuvent ainsi s'appréhender dans une dimension critique. Les touristes ont des pratiques qui façonnent des espaces touristiques. Il s'agit de catégoriser ces pratiques en présentant leurs principales caractéristiques et incidences économiques : patrimonial (culturel, religieux, artistique et architectural, de découverte économique, gastronomique ou gourmand) ; de nature et sportif (balnéaire, de montagne, fluvial), de santé et de bien-être (thermalisme, thalassothérapie, spas..), ludique (parcs de loisirs et casinos) ; événementiel (manifestations culturelles, sportives ou commerciales) ; congrès d'affaires, foires et salons.... Des études de cas ou des exemples pris à différentes échelles spatiales permettent de traiter ces thématiques et d'identifier les spécificités des quatre grandes familles d'espaces touristiques : le littoral, la montagne,

	l'urbain et le rural, aux contours de plus en plus poreux.
Tourisme et durabilité	Le développement durable, c'est la prise en compte des interactions entre environnement, économie et société. La diffusion de ces nouveaux impératifs conduit à la fois la remise en cause de certaines formes de tourisme et au développement de formes nouvelles. Il s'agit de montrer à travers quelques études de cas de territoires touristiques, mis en perspective, les rapports ambigus et contradictoires entre tourisme, environnement et développement, les enjeux actuels du tourisme et les réponses contemporaines. Cette partie permet d'aborder la notion d'anthropocène, pour dépasser la dichotomie entre aménagement et protection.

3. Les territoires touristiques

La France, un des premiers et plus anciens territoires touristiques	Présentation du territoire français dans ses aspects historique, géographique et administratif. Il s'agit aussi de dresser une typologie des régions touristiques françaises en analysant et en hiérarchisant leurs atouts et faiblesses, l'importance du tourisme dans le paysage/espace touristique et l'économie (y compris les territoires ultra-marins de la France). Evolutions et tendances des pratiques touristiques : l'analyse des pratiques des touristes français et étrangers en France est conduite à partir de l'étude de territoires touristiques, en privilégiant statistiques et publications portant sur la fréquentation, la répartition spatiale, les moyens d'acheminement, les comportements de réservation et d'achats de prestations touristiques (durée et activités).
Les principaux territoires touristiques mondiaux	Les principaux territoires touristiques mondiaux sont analysés à partir d'études de cas et d'exemples pris dans les grandes zones touristiques, selon les échelles suivantes : - les grands bassins touristiques anciens et émergents : les façades maritimes touristiques ou rivieras, archipels touristiques, bassins de croisières, circuits touristiques, massifs montagneux, ou principales vallées touristiques ; - les États ou des régions très touristiques ; - les grandes métropoles touristiques mondiales ; - à l'échelle locale, le grand site, la station, l'île, le comptoir touristique. Ces destinations touristiques ne sont étudiées ni de façon exhaustive, ni de manière seulement descriptive. Il s'agit de mettre en exergue leurs spécificités : géographiques (climat, relief, fuseaux horaires), culturelles et patrimoniales (histoire, civilisations), sanitaires et administratives, leur

	accessibilité (transports, desserte sur place) ainsi que l'offre touristique (centres d'intérêts, formes et produits touristiques) en prenant en compte principalement les attentes des visiteurs français. On insiste sur la notion de système touristique qui conduit à l'émergence de territoires touristiques. Il s'agit de faire comprendre le développement du tourisme, de montrer les formes originales qu'il peut revêtir, son importance relative dans l'économie de la zone ou du pays, d'en préciser les impacts, les évolutions et les enjeux ainsi que ses principales dynamiques.

ANNEXE II

RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION

ANNEXE II-A

UNITÉS CONSTITUTIVES DU DIPLÔME

UNITÉS	INTITULÉS
U1	Culture générale et expression
U21	Communication en langue vivante étrangère : anglais
U22	Communication en langue vivante étrangère : langue B
U3	Tourisme et territoires
U4	Gestion de la relation clientèle touristique
U5	Élaboration d'une prestation touristique
U6	Gestion de l'information touristique
UF1 Unité facultative	Communication en langue vivante étrangère : langue C
UF2 Unité facultative	Parcours de professionnalisation à l'étranger
UF3 Unité facultative	Projet de spécialisation

ANNEXE II-B – DISPENSE D'UNITÉ

Les candidats titulaires d'un BTS d'une autre spécialité, d'un DUT ou d'un diplôme national de niveau III ou supérieur seront, à leur demande, dispensés de subir l'épreuve U1 - Culture générale et expression.

ANNEXE II-C – RÉGLEMENT D'EXAMEN

BTS TOURISME			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités	Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités à pratiquer le CCF étendu	Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité, Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle
Épreuves	**Unité**	**Coef**	**Forme et durée**	**Forme et durée**	**Forme et durée**
E1 – Culture générale et expression	U1	2	Ponctuelle écrite (durée 4h)	CCF (3 situations d'évaluation)	Ponctuelle écrite (durée 4h)
E2 – Communication en langues vivantes étrangères		4			
- LVA : anglais	U21	2	CCF (2 situations d'évaluation)	CCF (2 situations d'évaluation))	Ponctuelle orale (30 minutes)
- LVB (1)	U22	2	CCF (2 situations d'évaluation)	CCF (2 situations d'évaluation)	Ponctuelle orale (30 minutes)
E3 – Tourisme et territoires	U3	3	Ponctuelle écrite (durée 3h)	CCF (2 situations d'évaluation)	Ponctuelle écrite (durée 3h)
E4 – Gestion de la relation clientèle touristique	U4	4	Ponctuelle orale (durée 45 minutes)	CCF (1 situation d'évaluation)	Ponctuelle orale (durée 45 minutes)
E5 – Élaboration d'une prestation touristique	U5	5	Ponctuelle écrite (durée 4h)	Ponctuelle écrite (durée 4h)	Ponctuelle écrite (durée 4h)
E6 – Gestion de l'information touristique	U6	3	CCF (2 situations d'évaluation)	CCF (2 situations d'évaluation)	Ponctuelle orale et pratique (durée 40 minutes)
EF1 – Langue vivante étrangère C (2)	UF1		Ponctuelle orale (durée 20 minutes)	Ponctuelle orale (durée 20 minutes)	Ponctuelle orale (durée 20 minutes)
EF2 – Parcours de professionnalisation à l'étranger	UF2		Ponctuelle orale (durée 20 minutes)	Ponctuelle orale (durée 20 minutes)	Ponctuelle orale (durée 20 minutes)
EF3 – Projet de spécialisation	UF3		Ponctuelle orale (durée 25 minutes)	Ponctuelle orale (durée 25 minutes)	Ponctuelle orale (durée 25 minutes)

(1) Les langues vivantes concernées sont, au choix du candidat, une des langues suivantes : allemand, arabe, chinois, espagnol, hébreu, italien, japonais, portugais, russe.
(2) La langue vivante étrangère facultative est obligatoirement différente des langues A et B.

ANNEXE II-D – DÉFINITION DES ÉPREUVES

Épreuve E1 (U1) – Culture générale et expression – Coefficient : 2

1. Objectif

L'objectif visé est de vérifier l'aptitude du candidat à communiquer avec efficacité dans la vie courante et la vie professionnelle.
L'évaluation sert donc à vérifier les capacités du candidat à :
- communiquer par écrit ou oralement,
- s'informer, se documenter,
- appréhender un message,
- réaliser un message,
- apprécier un message ou une situation.

2. Modalités d'évaluation

A – Forme ponctuelle : épreuve écrite, durée 4 heures

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

- Première partie : synthèse (notée sur 40)
Le candidat rédige une synthèse objective en confrontant les documents fournis.

- Seconde partie : écriture personnelle (notée sur 20)
Le candidat répond de façon argumentée à une question relative aux documents proposés. La question posée invite à confronter les documents proposés en synthèse et les études de documents menées dans l'année en cours de « culture générale et expression ».

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

B – Contrôle en cours de formation, 3 situations d'évaluation

L'unité de culture générale et expression est constituée de trois situations d'évaluation de poids identique :
- deux situations relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à appréhender et à réaliser un message écrit ;
- une situation relative à la capacité du candidat à communiquer oralement, évaluée lors de la soutenance du rapport de stage.

1) Première situation d'évaluation : épreuve écrite, durée indicative : 2 heures

a) Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

b) Compétences à évaluer :

- respecter les contraintes de la langue écrite,
- synthétiser des informations : fidélité à la signification des documents, exactitude et précision dans leur compréhension et leur mise en relation, pertinence des choix opérés en fonction du problème posé et de la problématique, cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments, équilibre des parties, densité du propos, efficacité du message).

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

2) Deuxième situation d'évaluation : épreuve écrite, durée indicative : 2 heures

a) Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

b) Compétences à évaluer :
- respecter les contraintes de la langue écrite,
- répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture.

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

3) Troisième situation d'évaluation : épreuve orale

a) Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.

b) Compétences à évaluer :
- s'adapter à la situation : maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectifs et d'adaptation au destinataire, choix des moyens d'expression appropriés, prise en compte de l'attitude et des questions du ou des interlocuteurs).
- organiser un message oral : respect du sujet, structure interne du message (intelligibilité, précision et pertinence des idées, valeur de l'argumentation, netteté de la conclusion, pertinence des réponses).

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

Le niveau d'exigence et les critères d'évaluation sont identiques à ceux de l'épreuve sous sa forme ponctuelle.

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

Épreuve E2 (U 21 et U22) – Communication en langues vivantes étrangères – Coefficient : 4

1. Objectif

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

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

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

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

2. Modalités d'évaluation

A – Contrôle en cours de formation (anglais et langue B)

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

Deux premières situations (une en anglais et une dans une autre langue étrangère) ont lieu au cours du deuxième semestre de la formation. Les deux autres situations ont lieu au cours du quatrième semestre de la formation. Le professeur évaluateur organise la séquence d'évaluation au moment où il juge que l'étudiant est prêt. Les notes obtenues ne sont pas communiquées à l'étudiant et aucune modalité de rattrapage n'est prévue.
Chacune des deux évaluations a le même poids dans la note finale de chaque sous-épreuve.

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

Le niveau minimal exigible est fixé :
- au niveau B1 du CECRL pour la première situation d'évaluation organisée pendant le deuxième semestre de la formation ;

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

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

1) Documents supports et temps de préparation

L'étudiant se voit remettre un ensemble de documents (de l'ordre de 3 ou 4) sur la base desquels il doit réaliser deux tâches à caractère professionnel.
Complémentaires par leur thème ou par la situation professionnelle dans laquelle elles se situent, ces tâches doivent mobiliser :
- la compétence d'expression écrite ou de traduction/adaptation en français d'un document en langue étrangère (ou, à l'inverse, de la traduction/adaptation en langue étrangère d'un document en langue française) pour la première tâche ;
- la compétence d'expression orale en continu pour la seconde tâche.

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

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

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

2) Situation d'évaluation proprement dite (20 minutes maximum)

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

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

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

B – Forme ponctuelle : épreuve orale de 30 minutes avec un temps de préparation de 60 minutes (anglais et langue B)

A) Documents supports et temps de préparation (60 minutes)

Le candidat se voit remettre un ensemble de documents (de l'ordre de 3 ou 4) sur la base desquels il doit réaliser deux tâches à caractère professionnel.

Complémentaires par leur thème ou par la situation professionnelle dans laquelle elles se situent, ces tâches doivent mobiliser :
- la compétence d'expression écrite ou de traduction/adaptation en français d'un document en langue étrangère (ou, à l'inverse, de la traduction/adaptation en langue étrangère d'un document en langue française) pour la première tâche ;
- la compétence d'expression orale en continu pour la seconde tâche.

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

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

Le temps de préparation est de 60 minutes. Le travail à effectuer pendant le temps de préparation mobilise, quant à lui, aussi bien les compétences de compréhension de l'écrit que celles de compréhension de l'oral, les documents pouvant être mis à la disposition du candidat sur support papier et / ou sous forme numérique (sur poste informatique, ordinateur portable, tablette numérique ou baladeur MP3/MP4). Ces documents, qu'il s'agisse de documents

étrangers ou de documents français (devant être adaptés pour des clients ou touristes étrangers) doivent être authentiques. Ils seront de genres variés : programme de visite ou d'excursion, prospectus de présentation d'un site ou d'un établissement, notice descriptive, extrait d'article de presse, extrait de roman, extrait de film documentaire ou promotionnel, extrait de guide touristique, interview, reportage radiophonique.

B) Situation d'évaluation proprement dite (30 minutes maximum)

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

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

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

Épreuve E3 (U 3) – Tourisme et territoires – Coefficient : 3

1. Objectif

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

2. Modalités d'évaluation

A – Forme ponctuelle : épreuve écrite, durée 3 heures

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

B – Contrôle en cours de formation, 2 situations d'évaluation

Le CCF s'appuie sur deux situations d'évaluation de poids identique.

Première situation d'évaluation : épreuve écrite, durée indicative 2 heures

A/ Les objectifs généraux sont identiques à ceux des modalités d'évaluation de la forme ponctuelle.

B/ Compétences à évaluer :

- dégager des documents fournis les informations les plus pertinentes, les exploiter et les confronter en fonction de la nature touristique du territoire proposé, ses atouts, ses potentialités et ses contraintes ;

- répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés ;

- réaliser une production graphique.

C/ Exemple de situation. À partir d'un dossier donné à lire dans les jours précédant la situation d'évaluation et composé de 3 à 5 documents de nature différente, dont une ou plusieurs cartes, reliés par une problématique explicite en référence aux thèmes inscrits aux programmes, rédaction d'une réponse argumentée à une question posée portant sur la problématique du dossier et réalisation d'une production graphique. La forme, le contenu et l'expression de la production graphique peuvent être divers, à condition que cette production réponde à la consigne, en lien avec les documents.

Deuxième situation d'évaluation : épreuve orale de 30 minutes avec un temps de préparation de 60 minutes.

A/ Les objectifs généraux sont identiques à ceux des modalités d'évaluation de la forme ponctuelle.

B/ Documents supports et temps de préparation (60 minutes)

Le candidat se voit remettre un ensemble de 3 à 5 documents de nature différente, dont une ou plusieurs cartes, reliés par une problématique explicite en référence aux thèmes inscrits aux programmes. Constituant des supports d'étude et d'analyse, ces documents doivent permettent au candidat de conduire l'analyse d'un territoire sous l'angle de la thématique et de la problématique proposée.

C/ Epreuve orale de 30 minutes

Durant cette épreuve orale, le candidat doit réaliser une analyse du territoire touristique proposé à partir des documents, en en dégageant la spécificité (atouts, potentialités, contraintes…) et en identifiant les enjeux majeurs de l'activité touristique sur ce territoire.

Épreuve E4 (U 4) – Gestion de la relation clientèle touristique – Coefficient : 4

1. Objectif

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à maîtriser les éléments fondamentaux de communication et de négociation, en langue française, dans les activités et tâches décrites dans le bloc de compétences relatif à la gestion de la relation clientèle touristique (GRCT). Cette épreuve place le candidat dans une situation de GRCT avec une utilisation systématique des outils de la tourismatique et notamment du GDS.

Le candidat doit être en capacité :
- d'analyser une situation de communication et/ou de négociation de GRCT pour mobiliser les savoir-faire et savoir-être adaptés en matière d'accueil, de vente et suivi de clientèle, d'accompagnement de touristes ;
- de caractériser la demande d'un client/touriste afin de proposer des solutions adaptées en respectant les dispositions éthiques et juridiques (en particulier contractuelles) en vigueur ;
- d'utiliser efficacement les ressources professionnelles à sa disposition (documentations, supports numériques, outils de tourismatique).

2. Modalités d'évaluation

A – Forme ponctuelle : épreuve orale, durée 45 minutes avec un temps de préparation de 30 minutes

A) Documents à fournir par le candidat

Le candidat fournit à la commission d'interrogation, dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation des épreuves du BTS Tourisme, un dossier comprenant :

- une fiche de compétences GRCT, établie et signée par le candidat selon le modèle présenté dans la circulaire d'organisation, et qui précise pour chacune des onze compétences listées dans le bloc GRCT, le contexte et les modalités d'acquisition de ces compétences au cours de la formation et des périodes d'insertion en milieu professionnel ;
- le (ou les) certificat(s) du stage de BTS (ou le contrat d'alternance ou le certificat de travail).

Le dossier constitue un élément substantiel de l'épreuve. L'absence de présentation du dossier dans les délais prescrits ou un dossier non conforme entraînent l'impossibilité d'interroger le candidat : la mention NV (non valide) est alors reportée sur le bordereau de notation de l'épreuve et le diplôme ne peut être délivré.

La non-conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'une des situations suivantes est constatée :

- absence de la fiche de compétences et/ou des attestations ;
- attestations non visées, ou non signées par les personnes habilitées ;
- durée d'immersion en milieu professionnel inférieure à la durée réglementaire fixée.

B) *Supports et temps de préparation (30 minutes)*

Le candidat se voit remettre un sujet composé d'une fiche de consignes (contexte et situation de GRCT à traiter) et de documents touristiques complémentaires (de l'ordre de 3 ou 4). Il dispose d'un temps de préparation de 30 minutes (sans document autre que ceux fournis avec le sujet).

C) *Déroulement de l'épreuve*

L'interrogation est conduite par un professeur d'économie et gestion chargé de l'enseignement de "Gestion de la relation clientèle touristique" et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme (à défaut, ce dernier est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité).

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Les indicateurs d'évaluation des compétences sont ceux qui figurent dans le document de description du bloc de compétences de GRCT.

Première phase (20 mn au maximum)

Le support de cette phase est un jeu de rôle à partir d'une situation d'accueil, de vente et de suivi de clientèle proposée par la commission d'interrogation à partir de la fiche de consigne et des documents remis lors de la phase de préparation à l'épreuve. L'un ou les deux membres de la commission jouent le rôle du ou des clients.

Le jeu de rôle devra permettre au candidat de faire une proposition argumentée en réponse à la sollicitation du ou des clients.

Deuxième phase (10 mn au maximum)

Simulation par un des membres de la commission de l'achat d'un billet d'avion ou de train avec constitution d'un dossier PNR (Passenger Name Record) et une proposition tarifaire limitée à deux personnes. Cette phase nécessite l'utilisation du GDS connu par le candidat.

Nota : cette situation peut être en lien ou non avec la situation de la phase 1.

Troisième phase (15 mn au maximum)

Pendant cinq minutes maximum, le candidat présente aux membres de la commission une des situations d'accompagnement qu'il a vécue.

Puis la commission s'entretient avec le candidat sur cette activité et sur les autres activités décrites dans la fiche de compétences afin que celui-ci puisse expliciter les activités réalisées au cours de l'ensemble du cycle de formation notamment lors des périodes d'immersion professionnelle.

La finalité de l'entretien pour la commission d'interrogation est de vérifier et d'apprécier par sondage le degré de maîtrise de compétences revendiquées par le candidat dans sa fiche descriptive.

B – Contrôle en cours de formation, 1 situation d'évaluation en fin de cycle

A) Documents à fournir par le candidat

Le candidat fournit à la commission d'interrogation, dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation des épreuves du BTS Tourisme, un dossier comprenant :

- une fiche de compétences GRCT, établie et signée par le candidat selon le modèle présenté dans la circulaire d'organisation, et qui précise pour chacune des onze compétences listées dans le bloc GRCT, le contexte et les modalités d'acquisition de ces compétences au cours de la formation et des périodes d'activité en milieu professionnel ;

- le (ou les) certificat(s) de travail en relation avec l'exercice d'activités décrites dans le référentiel d'activités professionnelles du BTS Tourisme.

Le dossier constitue un élément substantiel de l'épreuve. L'absence de présentation du dossier dans les délais prescrits ou un dossier non conforme entraînent l'impossibilité d'interroger le candidat : la mention NV (non valide) est alors reportée sur le bordereau de notation de l'épreuve et le diplôme ne peut être délivré.

La non-conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'une des situations suivantes est constatée :

- absence de la fiche de compétences et/ou des certificats ;
- certificats non visés par les personnes habilitées.

B) *Supports et temps de préparation (30 minutes)*

Le candidat se voit remettre un sujet composé d'une fiche de consignes (contexte et situation de GRCT à traiter) et de documents touristiques complémentaires (de l'ordre de 3 ou 4). Il dispose d'un temps de préparation de 30 minutes (sans document autre que ceux fournis avec le sujet).

C) *Déroulement de l'épreuve*

L'interrogation est conduite par un professeur d'économie et gestion chargé de l'enseignement de "Gestion de la relation clientèle touristique" et d'un professionnel en activité dans le secteur du tourisme (à défaut, ce dernier est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité).

Les membres de la commission renseignent la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Les indicateurs d'évaluation des compétences sont ceux qui figurent dans le document de description du bloc de compétences de GRCT.

Première phase (20 mn au maximum)

Le support de cette phase est un jeu de rôle à partir d'une situation d'accueil, de vente et de suivi de clientèle proposée par la commission d'interrogation à partir de la fiche de consigne et des documents remis lors de la phase de préparation à l'épreuve. L'un ou les deux membres de la commission jouent le rôle du ou des clients.

Le jeu de rôle devra permettre au candidat de faire une proposition argumentée en réponse à la sollicitation du ou des clients.

Deuxième phase (10 mn au maximum)

Simulation par un des membres de la commission de l'achat d'un billet d'avion ou de train avec constitution d'un dossier PNR (Passenger Name Record) et une proposition tarifaire limitée à deux personnes. Cette phase nécessite l'utilisation du GDS connu par le candidat.

Nota : cette situation peut être en lien ou non avec la situation de la phase 1.

Troisième phase (15 mn au maximum)

Pendant cinq minutes maximum, le candidat présente aux membres de la commission une des situations d'accompagnement qu'il a vécue.

Puis la commission s'entretient avec le candidat sur cette activité et sur les autres activités décrites dans la fiche de compétences afin que celui-ci puisse expliciter les activités réalisées au cours de l'ensemble du cycle de formation et des périodes d'activité professionnelle.

La finalité de l'entretien pour la commission d'interrogation est de vérifier et d'apprécier par sondage le degré de maîtrise de compétences revendiquées par le candidat dans sa fiche descriptive.

Épreuve E5 (U 5) – Élaboration d'une prestation touristique – Coefficient : 5

1. Objectif

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à construire et promouvoir une prestation touristique qui corresponde à une demande identifiée en prenant en compte :
- les contraintes et opportunités de l'environnement dans lequel s'inscrit la demande,
- les forces et les faiblesses de l'organisation prestataire.

L'épreuve est fondée sur les activités et les compétences précisées dans le bloc de compétences « Élaboration d'une prestation touristique ».

2. Modalités d'évaluation

L'épreuve revêt la forme unique d'une **étude de cas écrite d'une durée de quatre heures**. Le questionnement prend appui sur une base documentaire qui fournit des données de contexte et, le cas échéant, des ressources complémentaires qui apportent au candidat une aide pour traiter le cas.

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel aux enseignants ayant en charge l'enseignement du bloc « Élaboration d'une prestation touristique ». Les indicateurs d'évaluation des compétences sont ceux qui figurent dans le document de description de ce bloc.

Épreuve E6 (U 6) – Gestion de l'information touristique – Coefficient : 3

1. Objectif

L'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à maîtriser les principaux outils, logiciels et démarches permettant d'assurer la collecte, le traitement et la diffusion de l'information touristique, en référence aux activités et compétences précisées dans le bloc « Gestion de l'information touristique ».

2. Modalités d'évaluation

A – Contrôle en cours de formation

L'épreuve comporte deux situations d'évaluation :
- la première au cours du deuxième semestre de la première année de formation ;
- la seconde au cours du deuxième semestre de la deuxième année.

L'évaluation est réalisée dans chacune des deux situations par le professeur en charge de l'enseignement de GIT en BTS Tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en

charge les enseignements de spécialité.

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

A) Documents à fournir par le candidat

L'épreuve prend appui sur deux productions de nature différente, se référant au programme étudié dans le cadre de la première année de formation du bloc «Gestion de l'information touristique» et réalisées par le candidat à partir de situations professionnelles réelles ou simulées.

Ces deux productions avec leur fiche descriptive respective sont mises à la disposition du professeur évaluateur dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. Si les deux productions ne sont pas fournies dans les délais prescrits, le candidat ne peut pas être interrogé à cette épreuve. La mention NV est reportée sur le bordereau de notation de cette situation.

B) Déroulement de l'épreuve (durée totale 20 mn maximum)

Dans une première phase (de l'ordre de 5 minutes), le candidat présente les deux productions réalisées en indiquant l'environnement technologique et la finalité de chacune des productions.
Dans une seconde phase, le professeur évaluateur questionne le candidat sur les productions présentées pour évaluer le degré de maîtrise des compétences relatives aux éléments du référentiel de certification du diplôme et le degré d'autonomie du candidat par rapport aux outils mobilisés. Le professeur évaluateur peut demander une démonstration sur l'équipement du centre de formation.

Il complète la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation du diplôme et y reporte la note correspondant à cette première évaluation. Cette note ne doit pas être communiquée au candidat.

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

A) Documents à fournir par le candidat

L'épreuve prend appui sur une production multimédia réalisée intégralement par le candidat au cours de sa deuxième année de formation ; cette production doit être en rapport étroit avec les activités et compétences décrites dans le bloc de compétences GIT.

Le candidat fournit au professeur évaluateur, dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation des épreuves du BTS Tourisme, un dossier comprenant :

- une fiche de compétences GIT, établie et signée par le candidat selon le modèle présenté dans la circulaire d'organisation, et qui précise pour chacune des sept compétences listées dans le bloc GIT, le contexte et les modalités d'acquisition de ces compétences au cours de la formation et des périodes d'insertion en milieu professionnel ;
- ~~la fiche de niveau de maîtrise des outils informatiques et multimédia, établie et signée par le candidat selon le modèle présenté dans la circulaire d'organisation ;~~
- la production multimédia avec sa fiche descriptive.

Le dossier constitue un élément substantiel de l'épreuve. L'absence de présentation du dossier dans les délais prescrits ou un dossier non conforme entraînent l'impossibilité d'interroger le candidat : la mention NV (non valide) est alors reportée sur le bordereau de notation de l'épreuve. La non-conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'il manque la fiche compétences GIT ou la fiche maîtrise des outils ou la production multimédia.

B) Déroulement de l'épreuve (durée totale 20 mn maximum)

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

Dans une deuxième phase, le professeur évaluateur interroge le candidat pendant 15 minutes sur sa réalisation pour évaluer sa capacité d'adaptation à d'autres contextes professionnels ou technologiques, son niveau de spécialisation, son degré d'autonomie. Cette situation d'évaluation peut se dérouler dans l'établissement de formation ou dans l'organisation qui accueille le stagiaire ou l'alternant. Le candidat doit être en mesure de répondre aux sollicitations et au questionnement de la commission sur l'équipement disponible dans le centre d'interrogation.

Le professeur évaluateur renseigne la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Il ne doit pas communiquer au candidat la note attribuée.

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

B – Forme ponctuelle : épreuve orale de 40 minutes

A) Documents à fournir par le candidat

L'épreuve prend appui sur un dossier composé de :

- deux productions de nature différente, avec leur fiche descriptive respective, se référant au programme étudié en première année de l'unité Gestion de l'information touristique, et réalisées à partir de situations professionnelles réelles ou simulées ;
- une production multimédia avec sa fiche multimédia réalisée intégralement par le candidat au cours de sa deuxième année de formation ; cette production doit être en rapport étroit avec les activités et compétences décrites dans le bloc de compétences GIT ;
- une fiche de compétences GIT, établie et signée par le candidat selon le modèle présenté dans la circulaire d'organisation, et qui précise pour chacune des sept compétences listées dans le bloc GIT, le contexte et les modalités d'acquisition de ces compétences au cours de la formation et des périodes d'insertion en milieu professionnel ;

Le dossier constitue un élément substantiel de l'épreuve. Il doit être mis à disposition du professeur évaluateur, dans les conditions définies par la circulaire nationale d'organisation des épreuves du BTS Tourisme. L'absence de présentation du dossier dans les délais prescrits ou un dossier non conforme entraînent l'impossibilité d'interroger le candidat : la mention NV (non valide) est alors reportée sur le bordereau de notation de l'épreuve. La non-conformité du

dossier peut être prononcée dès lors qu'il manque les productions avec leur fiche descriptive ou la fiche compétences GIT ou la fiche maîtrise des outils ou la production multimédia.

L'évaluation est réalisée par un professeur en charge de l'enseignement de GIT en BTS Tourisme ; à défaut, il est remplacé par un enseignant ayant en charge les enseignements de spécialité.

B) Déroulement de l'épreuve (durée 40 mn maximum)

Dans une première phase (10 minutes maximum), le candidat présente l'ensemble des productions réalisées en précisant, pour chacune des productions, les objectifs poursuivis, la méthodologie de mise en œuvre et le contexte dans lequel elles ont été réalisées.
Dans une deuxième phase (30 minutes maximum), le professeur évaluateur interroge le candidat sur une ou deux productions dont au moins la production multimédia pour évaluer sa capacité d'adaptation à d'autres contextes professionnels ou technologiques, son niveau de spécialisation, son degré d'autonomie. Le candidat doit être en mesure de répondre aux sollicitations et au questionnement de la commission sur l'équipement disponible dans le centre d'interrogation.

Le professeur évaluateur renseigne la grille d'évaluation dont le modèle figure dans la circulaire nationale d'organisation. Il ne doit pas communiquer au candidat la note attribuée.

Épreuve EF1 (UF1) – Langue vivante étrangère C

La liste des langues autorisées correspond à la liste des langues autorisées pour les épreuves facultatives de langues vivantes des examens du brevet de technicien supérieur (à l'exception des langues A et B présentées par le candidat pour l'épreuve E2).

1. Objectif

L'épreuve a pour but d'évaluer la compréhension et l'expression orale dans la langue étrangère choisie. Il s'agit de vérifier la capacité du candidat à s'exprimer par oral de manière cohérente et structurée, à un niveau de langue acceptable en termes d'aisance et de correction et d'évaluer son esprit d'analyse et de synthèse.

2. Modalités d'évaluation (épreuve orale de 20 minutes avec un temps de préparation de 20 minutes)

L'épreuve consiste en un entretien de 20 minutes maximum dans la langue choisie par le candidat à partir d'un texte relatif au tourisme et aux voyages : article de presse généraliste ou spécialisée, extrait de revue, de roman, de récit de voyage, etc. Un temps de préparation de 20 minutes est alloué au candidat avec comme seul document autorisé le texte objet de l'entretien.
Ce texte peut comporter :
- des éléments relatifs à la géographie, aux coutumes et à l'histoire des arts du ou des pays où est parlée la langue étrangère au titre de laquelle le candidat se présente ;
- des illustrations de nature iconographique ;
- des informations statistiques sous forme de tableaux ou graphiques.
Niveau minimal exigible : B1 du CECRL.

Dans un premier temps (d'une durée de 3 à 5 minutes), le candidat doit s'exprimer en continu pour présenter le texte, en en définissant la nature et la fonction et en en dégageant la spécificité et l'intérêt.

Dans un second temps, la présentation du candidat sert de point de départ à un échange avec l'examinateur. Les illustrations iconographiques dont le texte est éventuellement assorti peuvent également servir de support à une partie de cet échange. Au cours du dialogue, l'examinateur peut amener le candidat à s'exprimer sur son expérience personnelle en matière de découverte et fréquentation des cultures étrangères.

L'épreuve est notée sur 20 mais seuls les points au-dessus de 10 sont pris en compte dans le total des points obtenus par le candidat pour la délivrance du diplôme.

Épreuve EF2 (UF2) – Parcours de professionnalisation à l'étranger

1. Objectif

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les acquis particuliers des candidats ayant effectué un ou plusieurs stages à l'étranger pour une durée cumulée de 2 mois minimum. Elle prend appui sur des activités réalisées dans le domaine du tourisme telles que décrites dans le référentiel de certification, mais n'a pas pour finalité d'évaluer de nouveau les compétences qui sont évaluées dans les différentes épreuves obligatoires, en particulier E4 et E6.

L'épreuve EF2 s'attache à évaluer la capacité d'analyse du candidat, ainsi que son adaptabilité à des contextes professionnels et culturels dans des pays étrangers :

- la compréhension du cadre de travail et de son contexte culturel ;
- la capacité à comparer les pratiques professionnelles observées ou mises en œuvre à l'étranger avec les pratiques ayant cours dans un contexte français ;
- la capacité à repérer et mettre en valeur les pratiques professionnelles susceptibles d'enrichir les approches françaises ;
- les efforts d'adaptation mis en œuvre à l'occasion du séjour à l'étranger.

2. Modalités d'évaluation (épreuve orale d'une durée de 20 minutes)

L'épreuve prend appui sur 2 documents : une grille d'évaluation complétée par l'entreprise d'accueil à l'étranger et une note d'une dizaine de pages rédigée par le candidat.

La grille d'évaluation, dont le modèle est fourni dans la circulaire nationale d'organisation, est complétée par l'entreprise d'accueil à l'étranger à la fin du séjour ; elle est signée par le responsable de l'entreprise à l'étranger et contresignée par l'établissement de formation en France. Elle révèle la capacité du candidat, dans un contexte professionnel à l'étranger, à :

- Comprendre et se faire comprendre ;
- Réaliser son activité professionnelle ;
- S'adapter aux contraintes spécifiques.

La note rédigée par le candidat doit présenter :

- une analyse du cadre de travail et de son contexte culturel à l'étranger ;
- une comparaison de pratiques professionnelles France/hors France ;
- la présentation d'au moins une pratique professionnelle transférable et susceptible d'enrichir les approches françaises ;
- les efforts d'adaptation déployés lors du séjour à l'étranger.

L'épreuve a une durée maximale de 20 minutes. Elle comporte une première partie d'une dizaine de minutes permettant au candidat d'exposer les points saillants de son séjour à l'étranger, suivie d'une phase de dialogue avec la commission d'interrogation. Lors de l'épreuve, le candidat apporte tout support ou document qu'il estime utile.

La commission d'interrogation est composée d'un professeur ayant l'expérience du suivi du parcours de professionnalisation à l'étranger et d'un représentant du champ professionnel du diplôme ou, à défaut, d'un deuxième professeur d'économie et gestion intervenant dans le BTS concerné.

L'épreuve est notée sur 20 mais seuls les points au-dessus de 10 sont pris en compte dans le total des points obtenus par le candidat pour la délivrance du diplôme.

Épreuve EF3 (UF3) – Projet de spécialisation

1. Objectif

L'épreuve vise à évaluer la démarche entreprise par le candidat pour construire des compétences complémentaires aux compétences génériques du BTS Tourisme lui permettant de faciliter son insertion professionnelle ou sa poursuite d'études.

Elle est fondée sur un projet développé par le candidat au cours de son parcours de formation et visant à mieux appréhender les spécificités d'un domaine précis des activités touristiques : approfondissement sectoriel tel que l'écotourisme, le tourisme d'affaires, le tourisme de montagne, l'œnotourisme, le tourisme de croisières fluviales ou maritimes par exemple ; ou approfondissement fonctionnel tel que l'accueil de personnes à besoin spécifique (personnes ayant un handicap, jeunes enfants…), l'optimisation des capacités d'accueil ou d'acheminement de touristes (*yield management*), la mise au point d'outils numériques d'animation touristique d'un territoire par exemple.

Le choix du projet est lié à une commande ou à un partenariat avec une structure privée ou publique œuvrant dans le secteur du tourisme ; la réalisation du projet s'appuiera donc sur le cahier des charges fourni par le commanditaire ou le partenaire. Si la réalisation du projet nécessite un travail d'une certaine ampleur, elle peut être prise en charge par un groupe de candidats ; toutefois, la réalisation devra être segmentée pour permettre la production, par chacun des membres du groupe, d'une partie individualisée qui fera l'objet de l'évaluation à l'examen.

L'épreuve EF3 s'attache à évaluer la capacité d'analyse et d'organisation du candidat pour répondre à une demande émanant d'un contexte professionnel spécifique en respectant le cahier des charges imparti.

2. Modalités d'évaluation (épreuve orale d'une durée de 25 minutes)

Il s'agit d'une épreuve orale d'une durée de 25 minutes qui prend la forme d'une présentation du projet réalisé (15 minutes maximum), puis d'un entretien avec la commission d'interrogation (10 minutes maximum). Pour la présentation, le candidat utilise les supports de son choix (papier et/ou numérique) ; il doit précisément indiquer : le cahier des charges du projet, la démarche de réalisation, le produit obtenu et les compétences complémentaires acquises en termes de spécialisation sectorielle et/ou fonctionnelle dans le domaine du tourisme.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- la pertinence de l'analyse d'un contexte professionnel spécifique ;
- l'efficacité de la démarche entreprise pour construire le projet ;
- la cohérence du projet réalisé en regard du cahier des charges initial et des compétences complémentaires visées.

La commission est composée de deux membres : un enseignant intervenant dans l'accompagnement du projet de spécialisation en STS Tourisme et un professionnel assurant des activités touristiques en lien avec la spécialisation choisie par le candidat ou, à défaut, un enseignant intervenant en STS Tourisme.

ANNEXE III

ORGANISATION DE LA FORMATION

ANNEXE III-A – GRILLE HORAIRE

Enseignements obligatoire	**1ère année**			**2ème année**		
	Cours	**TD**	**Volume horaire annuel***	**Cours**	**TD**	**Volume Horaire annuel***
Culture générale et expression	2	0	60	2	0	60
Communication en langue vivante étrangère : - langue A : anglais - langue B (1)	 2 2	 1 1	 90 90	 2 2	 1 1	 90 90
Tourisme et territoires	4	1	150	3	1	120
Gestion de la relation clientèle touristique	3	2	150	4	2	180
Élaboration d'une prestation touristique	6	1	210	6	1	210
Gestion de l'information touristique	0	3	90	0	3	90
Atelier de professionnalisation (2)	0	3	90	0	3	90
Total	**19**	**12**		**19**	**12**	
Enseignements facultatifs			(3)			(3)
Langue vivante étrangère C (4)			60			60
Parcours de professionnalisation à l'étranger			30			30
Projet de spécialisation			30			30

* à titre indicatif

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

(2) dont 2 heures hebdomadaires co-animées par deux professeurs (soit 4 h professeurs).

(3) La répartition de l'enveloppe horaire dédiée à l'accompagnement des candidats qui se présentent à une épreuve facultative est modulable sur l'année scolaire.

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

ANNEXE III-B – LE STAGE EN MILIEU PROFESSIONEL

1. Présentation générale

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

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

- **les organisations d'accueil** qui proposent au stagiaire des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme et l'accompagnent dans leur réalisation ;
- **l'étudiant** qui définit, avec le responsable de l'organisme d'accueil et l'équipe pédagogique, les objectifs et les contenus de ses missions, s'immerge dans des situations professionnelles réelles, rend compte des activités poursuivies et des résultats obtenus au travers de différents documents (voir définition des épreuves E4, E6, EF2 et EF3) ;
- **l'équipe pédagogique de l'établissement de formation** qui encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences. Chaque stagiaire a un enseignant référent pour l'accompagnement de son stage.

Le profil des organisations susceptibles d'accueillir en stage des étudiants préparant le BTS Tourisme est spécifié dans le Référentiel d'Activités Professionnelles.

Le choix du ou des lieux où vont se dérouler les différentes périodes du stage ainsi que la définition des tâches et missions à accomplir doivent être guidés par les opportunités spatiales et temporelles d'insertion, les caractéristiques de l'établissement de formation du stagiaire tant en matière de relations extérieures que d'accompagnement pédagogique, le ou les centres d'intérêt que souhaite approfondir l'étudiant et, le cas échéant, par la thématique du projet choisie par l'étudiant qui souhaite présenter l'épreuve facultative *Spécialisation sectorielle*.
Par ailleurs, le stage en milieu professionnel peut se dérouler partiellement ou totalement à l'étranger. Il sera alors également, si l'étudiant a choisi de se présenter à l'épreuve facultative *Parcours de professionnalisation à l'étranger*, le support de cette épreuve facultative (voir définition de l'épreuve EF2).

2. Objectifs du stage

Le stage est destiné à donner à l'étudiant une représentation concrète du milieu professionnel auquel il se destine, tout en lui permettant d'acquérir et d'éprouver les compétences professionnelles prévues par le référentiel.

Il constitue un support privilégié pour :

- appréhender les caractéristiques économiques, juridiques, managériales et technologiques des situations rencontrées et en percevoir les enjeux ;
- se situer dans un environnement organisationnel et de gestion de l'information réel ;

- se construire une représentation du métier dans ses dimensions managériale, économique et culturelle ;
- acquérir et développer des attitudes et des comportements professionnels adaptés, en prenant en compte les contraintes s'exerçant dans chacune des activités réalisées.

3. Modalités

3.1 Voie scolaire

a) Le stage est obligatoire et se déroule pendant la période scolaire dans une ou plusieurs organisation(s) du secteur du tourisme (voir la description dans le Référentiel des Activités Professionnelles).
En cas d'empêchement résultant de maladie ou de force majeure dûment constatée, une dérogation doit être sollicitée auprès des services académiques compétents. Le jury est informé de cette dérogation.

b) D'une durée de **14 semaines** (soit 70 jours), le stage peut être découpé en deux ou trois périodes qui doivent, en tout état de cause, s'inscrire dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique de l'établissement de formation.
Cette durée peut être prolongée de deux semaines pendant les vacances scolaires. Dans le cas d'un prolongement sur la période de vacances scolaires, la convention de stage signée avec l'organisation en précisera les modalités, sous réserve du respect d'une période de quatre semaines consécutives de repos pendant les vacances d'été.

c) Pendant les périodes de stage en milieu professionnel, l'étudiant a obligatoirement le statut d'étudiant stagiaire et non celui de salarié. Il reste sous la responsabilité des autorités académiques dont il relève (ou, le cas échéant, des services du conseiller culturel près l'ambassade de France du pays d'accueil, en cas de stage à l'étranger, à moins que la réglementation du pays d'accueil n'en dispose autrement).

d) Les périodes de stage sont réparties sur l'ensemble de la formation. Il appartient à chaque établissement de formation de fixer les modalités d'organisation du stage. Il est cependant fortement recommandé qu'en première année, une première période de 2 à 4 semaines consécutives ait lieu avant le début du second semestre pour que l'étudiant puisse appréhender assez tôt le contexte professionnel. Les autres périodes de stage sont réparties à l'initiative de l'établissement sur l'ensemble de la formation, en veillant à ce que l'organisation retenue permette aux candidats de constituer les dossiers nécessaires aux épreuves d'examen avant la date limite de dépôt fixée chaque année par la circulaire d'organisation de l'examen.

d) Les périodes de stage sont organisées en partenariat avec les milieux professionnels. Chaque période de stage fait l'objet d'une convention signée entre l'établissement de formation, l'organisation d'accueil et le stagiaire. Cette convention est établie conformément à la réglementation en vigueur.
À la fin de chaque période de stage, les responsables de l'organisation d'accueil établissent une attestation de stage indiquant les dates, la durée et le contenu du stage.
Il est recommandé de faire usage des modèles de documents publiés aux bulletins officiels du ministère de l'éducation nationale, qu'il s'agisse de la convention tripartite établie pour le stage ou de l'attestation de stage.

Dans tous les cas, il est nécessaire que la convention de stage précise les éléments suivants :
- les objectifs poursuivis libellés en termes de compétences à acquérir ou à approfondir,
- les modalités prévues pour atteindre les objectifs précités (responsabilités et missions confiées au stagiaire),
- les informations que l'organisation s'engage à fournir afin d'aider la ou le stagiaire dans son travail et les conditions matérielles de déroulement du stage (lieu(x), conditions d'utilisation du matériel mis à disposition, horaires),
- les modalités de tutorat (nom de la personne chargée du tutorat au sein de l'organisation d'accueil, modalités de suivi de la ou du stagiaire par cette personne),
- les modalités de suivi du stagiaire par un ou plusieurs membres de l'équipe pédagogique.

e) La recherche des organisations d'accueil et la négociation du contenu des stages sont assurées par l'étudiant avec le soutien de l'équipe pédagogique de l'établissement de formation. L'équipe pédagogique est responsable du suivi des périodes de stage et de leur exploitation pédagogique.
À la fin de chaque période de stage, une séquence dans l'établissement de formation est réservée à la réalisation du bilan individuel des acquis du stage.

3.2 Voie de l'apprentissage

Pour les apprentis, les attestations de stage sont remplacées par une attestation de l'employeur confirmant le statut du candidat comme apprenti.
Les activités effectuées au sein de l'organisme d'accueil doivent être en adéquation avec les exigences du référentiel.

3.3 Voie de la formation continue

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

La durée des stages est de 14 semaines à répartir sur la période de formation. Elle s'ajoute à la durée de formation dispensée dans le centre de formation continue en application de l'article 11 du décret n°95-665 du 9 mai 1995 modifié, portant règlement général du brevet de technicien supérieur. Les activités effectuées au sein de l'organisation doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel de certification.
Le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.
La recherche de la structure d'accueil est assurée par l'étudiant avec l'aide de l'organisme de formation.
Une attestation de l'employeur confirmant l'expérience professionnelle est exigée à l'examen à la place de l'attestation de stage. Ce document atteste du respect de la durée réglementaire de formation en entreprise.

b) Candidat en situation de perfectionnement

L'attestation de stage peut être remplacée par un ou plusieurs certificats de travail attestant que le candidat a été employé dans des activités représentatives du secteur du tourisme, telles qu'elles sont présentées dans le référentiel.
Ces activités doivent avoir été effectuées en qualité de salarié à temps plein pendant six mois au cours de l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen.

3.4 Candidats en formation à distance

Les candidats relèvent, selon leur statut (scolaire, apprenti, formation continue), de l'un des cas précédents.

3.5 Candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle

L'attestation de stage est remplacée par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

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

4. Situations particulières

4.1 Aménagement de la durée de stage

La durée obligatoire des stages peut être réduite, soit pour une raison de force majeure dûment constatée, soit, dans le cas d'aménagement de la formation, à une durée qui ne peut être inférieure à 9 semaines. Dans tous les cas, le candidat doit effectuer une demande de positionnement auprès du recteur d'académie. Le jury est informé de la situation du candidat.

4.2 Candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen peuvent, s'ils le jugent nécessaire au vu des éléments d'appréciation et d'évaluation portés par le jury, effectuer un nouveau stage.

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

- soit leur contrat d'apprentissage initial prorogé d'un an ;
- soit un nouveau contrat conclu avec un autre employeur (en application des dispositions de l'article L. 117-9 du Code du travail).

ANNEXE III-C – L'ATELIER DE PROFESSIONNALISATION

1. Présentation générale et objectifs

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

Il implique la collaboration de plusieurs enseignants travaillant de façon coordonnée tout au long de la période de formation. Les séances de deux heures hebdomadaires sont co-animées par un binôme d'enseignants. Sont concernés, à des degrés divers, tous les enseignants impliqués dans la formation, en fonction des thématiques traitées. Le croisement des regards disciplinaires sur des situations réelles ou simulées donne davantage de sens aux différents champs de savoirs abordés dans les différentes unités.

L'atelier de professionnalisation vise un triple objectif :

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

2. Modalités de mise en œuvre

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

La direction de l'établissement en concertation avec l'équipe pédagogique définit les périodes et les modalités d'intervention des enseignants en respectant les volumes horaires précisés en annexe III-A. Il est toutefois souhaitable que les séquences consacrées à l'atelier de professionnalisation soient bien identifiées et banalisées sur une demi-journée dans la semaine.

ANNEXE IV – TABLEAU DE CORRESPONDANCE DES UNITÉS CONSTITUTIVES DU DIPLÔME

Brevet de technicien supérieur de Tourisme (arrêté du 5 avril 2012)		Brevet de technicien supérieur de Tourisme défini par le présent arrêté	
E1- Culture générale et expression	U1	E1- Culture générale et expression	U1
E2 - Communication en langues vivantes étrangères : - langue vivante étrangère A (anglais)	U21	E2 - Communication en langues vivantes étrangères : - langue vivante étrangère A (anglais)	U21
E2 - Communication en langues vivantes étrangères : - langue vivante étrangère B	U22	E2 - Communication en langues vivantes étrangères : - langue vivante étrangère B	U22
E3 – Gestion de la relation client	U3	E4 – Gestion de la relation clientèle touristique	U4
E4 - Élaboration de l'offre touristique : - tourisme et territoire	U41	E3 - Tourisme et territoires	U3
E4 - Élaboration de l'offre touristique : - production d'une prestation touristique	U42	E5 - Élaboration d'une prestation touristique	U5
E5 – Gestion de l'information touristique	U5	E6 – Gestion de l'information touristique	U6
EF1 - Langue vivante étrangère	UF1	EF1 - Langue vivante étrangère C	UF1