



**UNIVERSITE IBN ZOHR
FACULTE DES LETTRES
ET DES SCIENCES HUMAINES AGADIR**



CYCLE MASTER

TOURISME ET COMMUNICATION



Identification du Master

Intitulé du master : Master Spécialisé et DUS (Diplôme d'Université Spécialisé)

Nature de la formation : Master Spécialisé et DUS (Diplôme d'Université Spécialisé)

Spécialité : Tourisme et Communication

Domaine : Tourisme, Communication, Culture et Patrimoine

Mots clés : Tourisme, Communication, Relations publiques, Gestion touristique, Animation culturelle, Patrimoine, Développement durable, Eco-tourisme.

Coordonnateur Pédagogique du Master : Pr. Ahmed RAQBI

- Abdelkhaleq JAYED

- Jamal EL ACHMIT

- Abderrahmane AMSIDDER

- Ali BARAKATE

Présentation

Située à Agadir, considérée comme la première destination touristique (notamment balnéaire), la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines relevant de l'Université Ibn Zohr a pu accompagner les différentes entreprises opérant dans le secteur, et ce par la mise en place de deux licences appliquées : l'une en animation culturelle et tourisme et l'autre en communication et relations publiques.

Opérationnelles depuis 1996, les dites licences ont pu former plus de 300 cadres, notamment intermédiaires et ont par conséquent alimenté un marché toujours demandeur en ressources humaines qualifiées.

Par ailleurs, l'ouverture en 2005 d'une licence professionnelle en « tourisme et communication », est venue renforcer cette volonté de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de s'ouvrir sur les besoins du marché local et régional en cadres spécialisés en tourisme et en communication.

Le Master proposé permet de continuer dans la même voie, à sa voir accompagner l'élan que connaît le domaine touristique régional (notamment avec le projet Taghazout et les besoins en ressources humaines estimés à 20 000 lits dans les dix ans à venir.

Pour sa part, l'équipe pluridisciplinaire en charge de ces formations a développé une expérience pédagogique de même qu'une série de conventions à la fois avec les professionnels du secteur (CRT, Agences de voyages, Hôtels, etc.) et avec d'autres universités marocaines et étrangères, en particulier le département de « relations internationales de Paris 3, Paris VIII, etc.

Enfin le Master « **TOURISME ET COMMUNICATION** » est venu pour constituer une passerelle réelle entre la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines et l'Entreprise et permettant d'offrir aux lauréats une formation de qualité adaptée aux exigences du marché de l'emploi.



Objectifs de la formation

Les objectifs fixés par le Master TOURISME ET COMMUNICATION sont les suivants :

- Former des cadres destinés aux domaines du tourisme et de la communication,
- Doter les étudiants de compétences leur permettant d'exercer en tant que responsables dans les domaines du tourisme et de la communication,
- Fournir au milieu touristique de la Région Souss-Massa-Draa, des cadres hautement qualifiés dans les domaines du tourisme et de la communication,
- Impliquer les professionnels dans la formation : 40% des enseignements seront dispensés par des professionnels en plus des stages en entreprises pour une expérience concrète,
- Permettre à l'Université de s'ouvrir davantage sur son milieu socio-économique par le biais de la formation, des stages et de la participation des acteurs locaux à l'encadrement et la formation de leurs employés potentiels.

Conditions d'accès au Master

Le Master **TOURISME ET COMMUNICATION** est ouvert à tous les licenciés et répondant aux modalités suivantes :

1. Pré requis :

- Maîtrise des langues française et anglaise...
- Bonne connaissance de la civilisation, de l'histoire, de la géographie et du patrimoine du Maroc,
- Maîtrise de l'outil informatique (la bureautique).

2. procédure de sélection:

- Etude de dossier
- Examen écrit
- Entretien devant un jury

Débouchés et retombées du Master

Le Master « **Tourisme et Communication** » a pour retombées immédiates de permettre à notre établissement et à l'Université de se positionner au niveau régional et national comme véritable pôle de compétences en matière de formation en tourisme.

Les principaux débouchés des lauréats du Master sont :

- Cadres supérieurs en tourisme ;
- Chargés de relations publiques ;
- Responsables commerciaux en tourisme ;
- Responsables de communication,
- Agent de développement du patrimoine touristique et/ou environnementa
- Concepteur de produits touristiques1

Employeurs :

- Communes
- Collectivités territoriales
- Bureaux d'études
- Entreprises et organisations touristiques (Agences de voyages,
- Tours opérateurs, Hôtellerie, parc de loisirs,...
- Institutions et organismes publics (Office du tourisme,
- Délégation de Tourisme, Conseil Régional du Tourisme,...)



Organisation et articulation de la formation

La formation en Master **Tourisme et Communication** s'organise en sessions comprenant 4 semestres :
une session d'automne pendant laquelle sont dispensés les modules des semestres S1 et S3
une session de printemps pendant laquelle sont dispensés les modules des semestres S2 et S4.

Les contenus des différents semestres et modules obéissent à une progression qui va du plus général au plus spécifique et du plus simple au plus complexe.

La formation dans le Master **Tourisme et Communication** s'articule avec différentes formations, à savoir :

Les Filières Fondamentales dispensées par l'établissement que ce soit en lettres ou en sciences humaines,

Les Filières professionnelles, notamment la filière « Tourisme et Communication » dont le Master est sa suite logique,

Les Masters et les Masters spécialisés dispensés par l'établissement,

Les Diplômes d'Université (D.U) et les Diplômes d'Université Spécialisés (D.U.S) niveau master.

Les programmes proposés par l'équipe pédagogique en charge de ce Master tiennent compte de cette articulation. En effet, les cours en rapport étroit avec l'histoire, la géographie et la culture du Maroc ; avec les langues et les civilisations d'Occident, ainsi que les matières de communication, de GRH, de Marketing, de droit...constituent des pré-equis principaux pour l'accès à ce Master.

En outre, des passerelles sont prévues avec les différents masters accrédités au niveau des autres établissements de l'Université.

Axes de recherche

Les principaux axes de recherche du Master Tourisme et Communication sont :

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">● Tourisme● Sociologie du tourisme● Anthropologie du tourisme● Culture du Maroc● Patrimoine du Maroc | <ul style="list-style-type: none">● Inter culturalité● Communication personnelle, événementielle et interculturelle● Psychosociologie de la communication |
|--|---|

Contenu du Master :

TOURISME ET COMMUNICATION

Semestres	Modules		Intitules des matieres
	N°	Intitules	
S1	1	Typologie du tourisme et aménagement	- Typologie et concepts fondamentaux - Aménagement touristique - Histoire du tourisme
	2	Communication d'entreprise	- Psychologie de la communication - Entrepreneuriat - Communication interpersonnelle
	3	Marketing touristique	- Marketing des services touristiques - Communication touristique
	4	Outils	- Anglais - Allemand - Espagnol ou Italien - Informatique
S2	5	Politique et économie du tourisme	- Economie du tourisme - Organisation et politiques touristiques - Sociologie du tourisme et des loisirs
	6	Communication, Discours, Événementiel	- Négociations commerciales en tourisme - Communication événementielle - Argumentation
	7	Culture, Société et Communication	- Anthropologie de l'Occident - Communication interculturelle - Arts et patrimoine du Maroc
	8	Outils et méthodologie	- Anglais - Allemand - Espagnol ou Italien - Stage
S3	9	Management et Gestion de l'entreprise touristique	- Management interculturel - Gestion des ressources humaines en tourisme
	10	Tourisme et développement durable	- Tourisme durable et dynamique territoriale - Conception et management des produits touristiques
	11	Module complémentaire	- Droit du tourisme - Géographie du tourisme
	12	Outils	- Anglais - Allemand - Espagnol ou Italien - Méthodologie de recherche
S4	13	Stage et Projet professionnel	- Stage (Qualité de rédaction du rapport) - Stage (Soutenance du rapport)
	14	Stage et Projet professionnel	- Stage (Qualité de rédaction du rapport) - Stage (Soutenance du rapport)
	15	Stage et Projet professionnel	- Projet (rédaction du projet) - Projet (Soutenance)
	16	Stage et Projet professionnel	- Projet (rédaction du projet) - Projet (Soutenance)