



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un référentiel d'activités qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un référentiel de compétences qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un référentiel d'évaluation qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

La certification professionnelle de « Manager des activités du tourisme et des voyages » est structurée en 6 blocs de compétences :

- o Bloc 1: Conception d'une nouvelle offre de produit/service dans le secteur du tourisme et des voyages
- o Bloc 2: Management commercial des produits et services du tourisme et des voyages
- o Bloc 3: Revenu Management et E-distribution dans le secteur du tourisme et des voyages
- o Bloc 4: Management de projet dans le secteur du tourisme et des voyages
- o Bloc 5: Management du Marketing & de la Communication dans le secteur du tourisme et des voyages
- o Bloc 6: Management des Achats dans le secteur du tourisme et des voyages

Le certificateur définit que :

Le ou les blocs des compétences constitutifs de la certification peuvent s'obtenir individuellement et sont validés par des épreuves spécifiques détaillées ci-après.

La certification est acquise par la validation de chacun des 6 blocs des compétences, et par la validation d'une épreuve transverse mobilisant de manière coordonnée des compétences des différents blocs et constitué d'un mémoire écrit et de sa restitution orale en soutenance , et par la validation d'une période en entreprise réalisée en stage ou en apprentissage.

Pour la voie d'accès par la VAE, la certification est acquise par la validation d'un dossier écrit et une présentation orale de celui-ci visant à démontrer l'acquisition des compétences des 6 blocs et leur mobilisation coordonnée au travers des expériences professionnelles et extra-professionnelles du candidat.



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BC01 - Conception d'une nouvelle offre de produit/service dans le secteur du tourisme et des voyages			
<p>A1.1 - Elaboration de la stratégie de développement d'une offre produit/service en lien ou à destination du secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>C1.1 - Analyser les offres produits/services existantes de l'entreprise en utilisant les données internes en s'appuyant sur les outils adaptés afin d'évaluer le potentiel commercial de l'entreprise.</p> <p>C1.2 - Définir le positionnement marché et la valeur ajoutée de l'offre produit/service en étudiant l'offre de la concurrence et la demande pour contribuer à la prise de décision du développement.</p> <p>C1-3 Intégrer la dimension durable et financière à la décision de développement de l'offre produit/service en établissant un plan d'affaires (entrepreneuriat) ou un budget prévisionnel (service en intrapreneuriat) pour finaliser la décision de la stratégie développement.</p> <p>C1-4 Intégrer les contraintes législatives, réglementaires et normatives à la décision de développement de l'offre produit/service en établissant un planning de mise en conformité pour finaliser la décision du développement.</p> <p>C1-5 - Définir le plan d'actions en s'appuyant sur un diagnostic des ressources nécessaires et des solutions technologiques de production, d'achat, de distribution, de gestion commerciale, de gestion de relation client et d'intelligence décisionnelle pour prioriser les actions de mise en oeuvre de la stratégie de développement.</p>	<p>Etude de cas - épreuve écrite et orale - individuelle</p> <p>M1.1 à M1.6 - A partir d'un cas réel d'une entreprise souhaitant développer un produit ou service dans le secteur du tourisme et des voyages, le candidat produit un document de synthèse argumenté s'appuyant sur l'analyse préalable des opportunités de développement d'une offre produit/service. Le candidat identifie ensuite un plan d'action qui décrit la stratégie de développement et les conditions de sa mise en œuvre opérationnelle.</p> <p>En s'appuyant sur le document de synthèse produit en amont, le candidat présente de façon synthétique la stratégie de développement préconisée et les conditions de sa mise en œuvre opérationnelle.</p>	<p>Critères d'évaluation M1.1 à M1.6:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La veille pour détecter des opportunités innovantes de développement s'appuie sur une sélection d'informations dont les sources sont fiables et prennent en considération les enjeux du développement durable. - La création de valeur ajoutée pour l'entreprise est démontrée - Les segments de clientèle potentiels sont identifiés et quantifiés - Le positionnement marché proposé permet de différencier l'entreprise de son environnement concurrentiel - Les forces et faiblesses du développement envisagé sont caractérisées et argumentées - L'analyse d'opportunité de développement est argumentée - Le plan d'action présente les objectifs chiffrés, les ressources nécessaires à sa réalisation, et les actions opérationnelles à mettre en place - Les arguments présentés sont synthétiques et chiffrés - La communication est adaptée à l'organe de direction sur le fond et la forme



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

	<p>C1.6 - Présenter la stratégie de développement à destination de l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour obtenir la validation du développement.</p>		
BC02 - Management commercial des produits et services du tourisme et des voyages			
<p>A2.1 Elaboration de la stratégie commerciale d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages</p> <p>A2.2 Mise en oeuvre de la stratégie commerciale d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>C2.1 - Analyser les pratiques commerciales (B2B et B2C) existantes de l'entreprise en utilisant les données internes et externes en s'appuyant sur les outils adaptés afin d'évaluer le potentiel de développement commercial de l'entreprise.</p> <p>C2.2 - Définir la stratégie commerciale (B2B et B2C) de manière concertée avec le pôle marketing et l'organe de direction et en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe pour déterminer les orientations commerciales stratégiques.</p> <p>C2.3 - Présenter la stratégie commerciale (B2B et B2C) et le budget annuel à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour en obtenir la validation.</p> <p>C2.4 - Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires en interne et au travers du réseau de partenaires commerciaux (B2B) pour mettre en œuvre la stratégie commerciale et atteindre les objectifs fixés.</p> <p>C2.5 - Mettre en œuvre et piloter les actions nécessaires (physiques, hybrides ou digitales) à la fidélisation des clients et à l'acquisition de prospects de manière concertée avec le pôle communication et marketing pour atteindre les objectifs commerciaux fixés.</p> <p>C2.6 - Négocier avec les clients "grands comptes" en B2C et les partenaires commerciaux en B2B afin de</p>	<p>Etude de cas - épreuve écrite et orale - individuelle</p> <p>M2.1 à M2.9 : À partir d'un cas réel d'un opérateur touristique qui cherche à développer son chiffre d'affaires, le candidat réalise une analyse des pratiques commerciales existantes au sein de l'entreprise et celles de l'environnement concurrentiel. A partir de cette synthèse, le candidat présente à l'écrit puis à l'oral à l'organe de direction une stratégie commerciale qui prend en compte les ressources internes disponibles, ainsi que l'appel aux réseaux de partenaires de distribution. Enfin, le candidat produit un tableau de bord permettant de mesurer, suivre et analyser la performance de la stratégie commerciale.</p>	<p>Critères d'évaluation M2.1 à M2.9</p> <ul style="list-style-type: none"> - La veille pour détecter des opportunités innovantes de développement commercial s'appuie sur une sélection d'informations dont les sources sont fiables - L'analyse d'opportunités de croissance est argumentée et illustrée. - La stratégie commerciale présente les objectifs chiffrés, les ressources nécessaires à sa réalisation, et les actions opérationnelles à mettre en place de façon argumentée - La communication est adaptée à l'organe de direction sur le fonds et la forme - Le tableau de bord de reporting est construit avec des données fiables et présentée sous forme de graphiques - Les indicateurs de performance sélectionnés sont adaptés au pilotage de l'activité commerciale - L'efficacité commerciale de l'équipe, des prescripteurs et des distributeurs est analysée séparément et permet d'envisager des actions correctives



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

<p>A2.3 Pilotage de la politique commerciale d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>parvenir à un accord commercial satisfaisant et durable, avec des volumes importants et/ou s'inscrivant sur la durée.</p> <p>C2.7 - Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie commerciale.</p> <p>C2.8 - Analyser l'efficacité des équipes commerciales et du réseau de partenaires commerciaux en identifiant des indicateurs de performance pour conduire des actions correctives nécessaires.</p> <p>C2.9 - Établir le bilan périodique de l'activité commerciale à partir d'outils de suivi et de reporting, de la gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus pour permettre la prise de décision.</p>		
<p>BC03: Revenu Management et E-distribution dans le secteur du tourisme et des voyages</p>			
<p>A3.1 Elaboration de la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution des produits et services propres au secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>C.3.1 - Analyser les pratiques tarifaires existantes et les canaux de distribution de l'entreprise en utilisant les données internes et externes pour évaluer le potentiel de la mise en place d'une stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.</p> <p>C.3.2 - Définir la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution de manière concertée avec le pôle commercial et l'organe de direction et en s'appuyant sur l'analyse des données internes et externes pour maximiser la commercialisation et le rendement des produits et/ou services.</p> <p>C.3.3 - Présenter la stratégie et le budget annuel d'optimisation des revenus et d'e-distribution à l'organe</p>	<p>Étude de cas - examen écrit - individuel</p> <p>M.3.1 à M.3.8 - A partir d'un cas réel ou fictif présentant une entreprise dans le secteur de l'hébergement ou de la mobilité, le candidat présente une analyse approfondie des pratiques existantes de l'entreprise et de ses concurrents en matière d'optimisation des revenus et d'e-distribution.</p> <p>En s'appuyant sur cette analyse, il présente de façon synthétique, la</p>	<p>Critères d'évaluation M.3.1 à M.3.8</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le diagnostic interne, les forces et faiblesses de la politique d'optimisation des revenus et de distribution de l'entreprise sont caractérisées et argumentées. - La veille stratégique des pratiques d'optimisation des revenus et de distribution dans le secteur du tourisme et des voyages et de l'environnement externe général s'appuie sur une sélection d'informations dont les sources sont fiables. - L'analyse d'opportunités de croissance est argumentée. - Le plan d'actions présente les objectifs chiffrés, les ressources nécessaires à sa réalisation, et les actions opérationnelles à mettre en place.



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

<p>A3.2 Mise en oeuvre de la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution des produits et services propres au secteur du tourisme et des voyages</p> <p>A3.3 Pilotage de l'optimisation des revenus et d'e-distribution des produits et services propres au secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>de direction en s'appuyant sur un argumentaire chiffré pour en obtenir la validation.</p> <p>C.3.4 - Déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en oeuvre la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution et les objectifs fixés.</p> <p>C.3.5 - Sélectionner et constituer un réseau de partenaires technologiques et commerciaux nécessaires à la mise en place et au pilotage de la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.</p> <p>C.3.6 - Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs propres au revenue management pour mesurer l'efficacité d'optimisation des revenus.</p> <p>C.3.7 - Configurer et mettre à jour les outils (systèmes de réservation et/ou système de gestion de revenus) pour appliquer la stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution.</p> <p>C.3.8 Réaliser des recommandations régulières en analysant les indicateurs de performance propre au revenue management et à la e-distribution appliqué aux produits/services du tourisme et des voyages pour maximiser le revenu.</p>	<p>stratégie d'optimisation des revenus et d'e-distribution et sa mise en oeuvre. Il identifie les indicateurs permettant de mesurer et adapter la stratégie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La création de valeur ajoutée pour l'entreprise est démontrée. - Les indicateurs de performance sélectionnés sont adaptés au pilotage de la distribution et permettent la prise de décision. - Le tableau de bord de reporting est construit avec des données sourcées et présentées de manière synthétique et visuelle. - L'utilisation des budgets prévisionnels en temps réel est documentée.
<p>BC04: Management de projet dans le secteur du tourisme et des voyages</p>			
<p>A4.1- Cadrage et conception d'un projet technique ou événementiel dans le secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>C4.1 - Collecter, analyser et hiérarchiser les besoins du client pour définir les objectifs, le périmètre et les priorités du projet (pour les projets événementiels en prenant en compte la politique RSE de l'entreprise cliente ou pour les projets techniques: en prenant en compte l'environnement technique de l'entreprise cliente)</p> <p>C4.2 - Rédiger le cahier des charges à partir des besoins et des ressources (humaines, matérielles, financières,</p>	<p>Mise en situation professionnelle - épreuve écrite et orale - individuelle</p> <p>M.4.1 à M.6 - A partir d'une demande formulée par une entreprise spécialisée dans le tourisme et les voyages - soit pour un projet technique, soit pour un projet événementiel - le candidat produit</p>	<p>Critères d'évaluation M.4.1 à M.4.6</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les besoins, les contraintes et les ressources du client sont synthétisés et correctement identifiés. - Le cahier des charges est structuré et succinct. Il couvre l'ensemble du spectre du projet. - Chaque tâche du projet est assignée, articulée et mise en phase avec les ressources, le budget nécessaire et la prise



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

<p>A4.2 Mise en œuvre et pilotage d'un projet technique ou événementiel dans le secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>techniques) mobilisables pour préciser le périmètre d'intervention contractuel et le budget à respecter.</p> <p>C4.3 - Réaliser le rétro planning du projet en attribuant les tâches identifiées aux collaborateurs de l'équipe projet constituée en prenant en compte les éventuelles spécificités d'un collaborateur en situation de handicap pour coordonner sa mise en œuvre.</p> <p>C4.4 - Définir les indicateurs de contrôle pour permettre le suivi de l'état d'avancement et limiter les risques pouvant entraver le projet.</p> <p>C4.5 - Assurer et suivre le lancement et la réalisation du projet en coordonnant les différents axes de pilotage (délais – coûts - qualité - rentabilité - résultats intermédiaires) pour mener celui-ci en cohérence avec le cahier des charges établi.</p> <p>C4.6 - Identifier et traiter les risques pouvant entraver le projet et prévoir les solutions pour les gérer et assurer la continuité des activités.</p>	<p>un document de synthèse basé sur l'analyse préalable des besoins du client, qu'il traduit en un cahier des charges détaillé.</p> <p>Le candidat identifie ensuite les ressources nécessaires pour mettre en œuvre le projet et élabore un rétro-planning qui planifie sa réalisation tout en prenant en compte les risques potentiels.</p>	<p>en considération des besoins particuliers des équipes (inclusion, PSH, bien-être au travail etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les ressources nécessaires sont cohérentes avec les ressources mobilisables. - Les moyens financiers nécessaires sont cohérents avec les moyens financiers mobilisables. - Le planning (ou rétro-planning) envisagé est cohérent et respecte les différentes variables et tâches à réaliser. - Les tableaux conçus permettent pour chaque dimension du projet de mesurer la gestion des délais, des coûts, de la qualité, de la rentabilité. - La présentation des indicateurs de pilotage est adaptée - La lecture des tableaux est fluide et permet l'analyse en vue de la prise de décision. - Les risques éventuels sont identifiables et les solutions envisagées pour y répondre sont cohérentes.
<p>BC05: Management du Marketing & de la Communication dans le secteur du tourisme et des voyages</p>			
<p>A5.1 Elaboration de la stratégie marketing et communication d'une offre produit/service du secteur du tourisme et des voyages</p>	<p>C5.1 - Analyser les actions marketing, communication et social media existantes en interne et celles réalisées par la concurrence en s'appuyant sur les outils adaptés et réglementaires afin d'évaluer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces du marché ciblé.</p> <p>C5.2 - Analyser les motivations et le comportement d'achat des clients en s'appuyant sur les outils adaptés et réglementaires afin d'évaluer le potentiel commercial.</p>	<p>Mise en situation professionnelle - épreuve écrite et orale - individuelle</p> <p>M.5.1 à M.5.9 - A partir d'un cas réel présentant une entreprise du secteur du tourisme et des voyages souhaitant améliorer la stratégie marketing et communication de son offre de produit et service, le candidat présente une</p>	<p>Critères d'évaluation M.5.1 à M.5.9</p> <ul style="list-style-type: none"> - La veille stratégique des pratiques marketing, communication et social media dans le secteur du tourisme et des voyages est basée sur des sources fiables. - Les forces et faiblesses des actions de marketing, de communication et social media de l'entreprise et le diagnostic interne sont argumentés et synthétisés. - Les choix de la stratégie de marketing, de communication et



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

BC06: Management des Achats dans le secteur du tourisme et des voyages

<p>A6.1 Elaborer la stratégie d'achat d'un produit/service du tourisme et des voyages</p>	<p>C6.1 - Identifier les besoins en prestations de voyages ou de services nécessaires à la production en intégrant la politique RSE et dans le cas des voyages d'affaires la politique voyage de l'entreprise (PVE) appliquée aux collaborateurs pour définir les objectifs stratégiques et opérationnels, pour cadrer son périmètre et définir ses priorités.</p> <p>C6.2 - Réaliser une veille des prestataires de voyages ou de services aux voyageurs en s'appuyant sur les outils adaptés pour détecter des opportunités de négociation auprès de prestataires.</p> <p>C6.3 - Définir la stratégie d'achat en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement interne et externe pour déterminer l'organisation adéquate et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre la stratégie et les objectifs fixés dans le plan d'achat.</p>	<p>Mise en situation professionnelle - épreuve écrite - individuelle</p> <p>M.6.1 à M.6.8 - A partir de la politique d'achat d'une entreprise du tourisme ou d'une entreprise dont les collaborateurs réalisent un volume suffisant de déplacements professionnels ou d'événements internes, le candidat produit une stratégie d'achat en adéquation avec la politique RSE de l'entreprise et incluant un rappel des besoins de l'entreprise, un plan d'action opérationnel, l'identification des fournisseurs et les marges de négociation.</p>	<p>Critères d'évaluation M.6.1 à M.6.8</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le diagnostic interne, les forces et faiblesses de la politique d'achat de l'entreprise sont caractérisées et argumentées. - La veille stratégique des pratiques d'achat dans l'environnement externe repose sur la sélection d'informations provenant de sources fiables. - L'analyse d'opportunités d'optimisation par les achats est argumentée et illustrée. - Le plan d'achat présente les objectifs chiffrés, les ressources nécessaires à sa réalisation, et les actions opérationnelles à mettre en place. - La communication est adaptée à l'organe de direction sur le fonds et la forme. - Les actions opérationnelles sont cohérentes avec le plan d'action, et les moyens choisis sont en accord les objectifs fixés. - La sélection des partenaires et fournisseurs est adaptée aux spécificités du secteur du tourisme et des voyages. - Les prestations achetées sont conformes à la stratégie d'achat et à la stratégie globale de l'entreprise. - Les indicateurs de performance sélectionnés sont adaptés au pilotage des achats à partir de données fiables. - Le tableau de bord est illustré sous forme d'infographie et permet un suivi des achats et du budget en temps réel. - Tous les éléments réunis permettent la prise de décision
<p>A6.2 Mise en oeuvre de la stratégie d'achat d'un produit/service du tourisme et des voyages</p>	<p>C6.4 - Présenter la stratégie d'achat et ses orientations stratégiques à l'organe de direction en s'appuyant sur un argumentaire pour en obtenir la validation.</p> <p>C6.5 - Piloter les actions nécessaires à l'achat de prestations de voyages ou de services aux voyageurs en s'appuyant sur la stratégie d'achat pour atteindre les objectifs fixés.</p> <p>C6.6 - Constituer un réseau de fournisseurs en utilisant des techniques de sélection et de négociation en s'appuyant sur la stratégie d'achat pour atteindre les objectifs fixés.</p>	<p>Le candidat produit ensuite un tableau de bord de la performance achat, un tableau de suivi du budget, et une présentation synthétique des résultats de l'activité.</p>	
<p>A6.3 Pilotage la stratégie d'achat d'un produit/service du tourisme et des voyages</p>	<p>C6.7 - Concevoir un tableau de bord en utilisant les outils adaptés et en sélectionnant les indicateurs permettant de mesurer la performance de la stratégie achat et conduire des actions correctives si nécessaires.</p>		



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

<p>C6.8 Établir le bilan périodique de la stratégie achat à partir d'outils de suivi et de reporting, de la gestion des budgets pour communiquer à l'organe de direction une vision d'ensemble des résultats obtenus pour permettre la prise de décision.</p>		
--	--	--



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

Epreuve transverse complémentaire pour les candidats à la certification par la voie de la formation initiale, continue ou par apprentissage		
PRESENTATION DE L'ÉPREUVE	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>L'épreuve vise principalement à évaluer la capacité du candidat à mobiliser de manière coordonnée les compétences de différents blocs en tant que futur manager du tourisme et des voyages.</p> <p>Cette épreuve a pour objectif de vérifier que le candidat est capable d'adopter une perspective critique sur son futur environnement de travail et de l'analyser avec une méthodologie de recherche rigoureuse.</p> <p>Le candidat identifie un sujet lui permettant de traiter à l'écrit sous forme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'une problématique actuelle d'une entreprise ou d'une institution du secteur touristique. - ou d'un phénomène complexe en lien avec l'actualité du secteur touristique. <p>Le candidat justifie lors d'une soutenance orale le choix du sujet de son mémoire. Il présente ses résultats et l'analyse de ses recherches.</p>	<p>L'épreuve est constituée d'un écrit et de sa restitution à l'oral.</p> <p>Écrit : rédaction d'un mémoire de 45 à 70 pages hors annexes analysant une problématique actuelle d'une entreprise ou d'une institution du secteur touristique ou d'un phénomène complexe en lien avec l'activité touristique, et ce au choix du candidat.</p> <p>Restitution orale de l'écrit</p> <p>Restitution orale devant jury (30 min) appuyé d'un support préparé par le candidat, et projeté pendant sa soutenance, suivie de questions posées par la jury au candidat qui devra apporter des réponses (15 min)</p>	<p>Critères d'évaluation de l'écrit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'écrit est organisé autour d'un sujet adapté au contexte de l'exercice et en lien avec l'actualité du secteur du tourisme et des voyages. - La forme de l'écrit est conforme aux attendus de présentation d'un document de communication professionnelle dans le cadre d'une certification de niveau 7 (notamment, aspects formels : orthographe, syntaxe, grammaire, etc.). - Les données collectées auprès des entreprises, institutions touristiques ou autres sources, sont fiables, s'appuient sur des sources identifiées et respectent les références méthodologiques et théoriques. - L'analyse réflexive est construite de manière rigoureuse et donne à voir la manière dont le candidat mobilise les compétences acquises pour exercer sa fonction de manager des activités du tourisme et des voyages. - L'analyse réflexive témoigne de la manière dont le candidat exerce son autonomie intellectuelle et son esprit critique autour du sujet dont il traite. - L'écrit débouche sur un bilan réflexif construit et concis. <p>Critères d'évaluation de l'oral:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La présentation respecte le cadre temporel donné. - La posture, l'expression orale et les supports respectent les attendus d'une communication professionnelle dans le cadre d'une certification de niveau 7.



Titre Manager des activités du tourisme et des voyages
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

		<ul style="list-style-type: none">- Le choix du sujet traité est explicité par le candidat et apparaît comme pertinent dans l'actualité du secteur touristique.- La présentation de l'analyse réflexive menée à partir des travaux de recherche est claire et structurée, et témoigne de la construction de son identité professionnelle.- L'échange avec le jury permet d'apprécier l'appropriation des concepts et références mobilisés.
--	--	--