

CURRICULUM AND ASSESSMENT: THE FEDE GUIDELINE
RÉFÉRENTIELS DES DIPLÔMES FEDE



Federation for **ED**ucation in **EU**rope
 Fédération Européenne Des Ecoles

Foundation
 Degree

Tourisme et Hôtellerie

www.fede.education
 version 0220



OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie
 Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90 - FEDE, 114 rue du Rhône, Genève, Suisse - RC Genève : CHE-109.997.364



La Fédération Européenne Des Écoles - Federation for EDucation in Europe - FEDE

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée en Suisse en 1963, dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe et du statut consultatif auprès de la Francophonie.

Elle fédère un réseau international de plus de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 35 pays et sur 4 continents qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde.

La FEDE délivre plus de 150 diplômes et certificats européens accessibles en français et en anglais, pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, roumain etc.), du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, jusqu'au DBA Doctorate of Business Administration.

La FEDE rassemble un réseau international de plus de 200 000 personnes.

SOMMAIRE

PRESENTATION	5
Contexte	5
Objectifs et compétences	5
Perspectives d'emploi	5
VAE – Validation des Acquis de l'Expérience	6
Bibliographie indicative	6
UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS	7
ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE	8
UC D11.1	10
Marketing et communication numérique de l'entreprise touristique	10
A. Formation	10
B. Evaluation	12
C. Coefficient et crédits ECTS	12
UC D11.2	13
Structures organisationnelle et juridique, politique générale des entreprises touristiques	13
A. Formation	13
B. Evaluation	15
C. Coefficient et crédits ECTS	15
UC D21.1	16
Stratégie multimédia et e-marketing touristique	16
A. Formation	16
B. Evaluation	17
C. Coefficient et crédits ECTS	17
UC D21.2	18
Le produit touristique : entre grandes tendances et spécificités territoriales	18
A. Formation	18
B. Evaluation	19
C. Coefficient et crédits ECTS	19
UC D22	20
Epreuve Professionnelle de Soutenance	20
A. Objectifs	20
B. Stage ou Projet tutoré	20
C. Évaluation	20
D. Coefficient et crédits ECTS	24
UC B11	26
Langue Vivante Européenne 1	26
A. Objectif	26
B. Formation	26
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	26
D. Evaluation	26
E. Coefficient et crédits ECTS	27
UC B21	28
Langue Vivante Européenne 1	28
A. Objectif	28
B. Formation	28
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	28
D. Evaluation	28
E. Coefficient et crédits ECTS	30

UC A2	32
Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	32
A. Objectifs	32
B. Formation	32
C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE	34
D. Évaluation	34
E. Coefficient et crédits ECTS	34

LEXIQUE

UC : Unité Capitalisable

UE : Unité d'Enseignement

ECTS : Le terme ECTS signifie *European Credits Transfer System* en anglais, soit système européen de transfert et d'accumulation de crédits

CECRL : Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues

LV : Langue Vivante

PRESENTATION

Contexte

Le secteur du Tourisme et de l'Hôtellerie connaît des transformations rapides liées aux évolutions des modes de vie et de consommation issues du « choc digital » et de l'arrivée d'une nouvelle génération dans la profession. La révolution digitale, qui est loin d'être achevée, impose d'acquérir une expertise sur les outils informatiques professionnels. De plus, l'intensité concurrentielle s'est accrue avec l'arrivée de nouveaux acteurs (particuliers, plateformes de tourisme collaboratif ou de réservation,...) et amène les acteurs traditionnels à réinventer leur métier. Enfin, les consommateurs se montrent plus exigeants et sensibles au prix, ce qui conduit à reconsidérer la relation clientèle jusqu'à faire émerger de nouveaux métiers et fonctions au sein des entreprises du secteur.

Le Foundation Degree Tourisme et Hôtellerie prépare les étudiants à concevoir et vendre des produits touristiques, à mettre en place et gérer des événements ou des congrès. Il permet aux étudiants d'acquérir les savoirs et savoir-faire indispensables pour intégrer le Bachelor Européen Tourisme et Hôtellerie.

Objectifs et compétences

- Maîtriser les compétences-métier classiques et nouvelles
- Assimiler les fondamentaux du management et de l'animation d'équipe
- Apprendre à connaître les clients et leurs spécificités (savoir évaluer rapidement à qui on a à faire et adopter un comportement en adéquation)
- Intégrer la dimension relationnelle et psychologique du métier
- Développer la capacité à communiquer avec les clients, notamment étrangers
- Concevoir des produits touristiques (production de devis de voyage)
- Maîtriser les outils numériques (logiciels de réservation, de réception, réseaux sociaux,...)
- Connaître les spécificités juridiques du métier
- Intégrer les savoir-être indispensables aux métiers du secteur (empathie, être à l'aise devant le client, capacité d'adaptation, politesse, présentation, ponctualité,...)

Perspectives d'emploi

Détenir un Foundation Degree de la FEDE, c'est bénéficier de nouvelles opportunités et d'un réseau professionnel international.

Le secteur de l'hôtellerie et du tourisme se rapporte notamment à :

- toute chaîne hôtelière nationale ou internationale intégrée ou volontaire
- l'hôtellerie indépendante
- toute résidence de tourisme, village de vacances...
- tout parc de loisirs, casino, thermes, spa et thalasso
- tout hébergement spécialisé (résidences pour personnes âgées par exemple)
- agence de voyages, tour opérateur, comité d'entreprise
- office de tourisme

Le secteur de la restauration se rapporte notamment à :

- la restauration collective (conçue) et commerciale
- la restauration de chaîne
- la restauration indépendante
- la restauration rapide ou livrée
- la restauration à thème

- tout(e) traiteur, service événementiel, réception
- tout service de l'industrie agro-alimentaire
- tout fournisseur de l'hôtellerie, la restauration et du tourisme

Ce diplôme prépare aux fonctions de :

- Créateur ou responsable d'une entreprise du tourisme
- Concepteur et gestionnaire de produits touristiques
- Chargé(e) de mission tourisme et loisirs en collectivités locales
- Responsable clientèle hébergement
- Conseiller(e) voyage en plateau d'affaires
- Responsable d'équipe en plateau d'affaires
- Coordinateur séminaires et banquets
- Exploitant(e)/gérant(e) de camping, de gîte, de club de vacances et de loisirs...
- Responsable du développement touristique
- Chargé(e) de Communication
- Responsable Marketing
- Consultant(e) en marketing hôtelier
- Chargé(e) d'études touristiques

VAE – Validation des Acquis de l'Expérience

La Validation des Acquis de l'Expérience est une démarche volontaire pour toute personne souhaitant obtenir une certification en validant son expérience sans nécessairement suivre une formation. Une seule condition : avoir au moins 1 an d'expérience en lien direct avec la certification choisie.

Le Foundation Degree Tourisme et Hôtellerie est accessible par la VAE.

La VAE demandant une réflexion et un travail personnel important, il est essentiel de bien constituer le dossier qui démontrera l'expérience et les compétences du demandeur. La FEDE propose un accompagnement personnalisé.

Bibliographie indicative

- BAGGIO (Rodolfo), KLOBAS (Jane), *Quantitative Methods in Tourism, A Handbook*, 2nd ed., 2017
- CASTAING (Yohan), *Réussissez votre projet d'oenotourisme*, Dunod, 2^{ème} éd., coll. Pratiques Vitivinicoles, 2013
- DEHAVANNE (Christophe), *Marketing touristique et hôtelier : Les notions essentielles à connaître en tourisme et hôtellerie*, Le Génie Editeur, 2018
- DUHAMEL (Philippe), *Géographie du tourisme et des loisirs - Dynamiques, acteurs, territoires*, Armand Colin, coll. U, 2018
- DUTHION (Brice), MANDOU (Cyrille), *L'innovation dans le tourisme : Culture numérique et nouveaux modes de vie*, De Boeck Université, coll. Tourisme, Compétences & Métiers, 2016
- FROCHOT (Isabelle), LEGOHEREL (Patrick), *Marketing du tourisme - Construire une stratégie efficace*, Dunod, 4^{ème} ed., 2018
- HIGHAM (James), HINCH (Tom), *Sport Tourism Development*, Claire Humphreys Westminster University, Coll. Aspects of Tourism, 3rd ed., 2018
- HILLMAN (Wendy), RADEL (Kylie), *Qualitative Methods in Tourism Research – Theory and Practice*, Brian King Hong Kong Polytechnic University, 2018
- HONLA (Jean-Pierre), *Hôtellerie, voyages et tourisme – Se lancer, réussir et durer - Manuel de formation pour entreprendre dans l'hôtellerie, les voyages et le tourisme*, 2018
- MONEREAU (Michel), *Gestion des entreprises touristiques*, 1^{ère} et 2^{ème} années, BTS Animation et Gestion touristiques locales, Formations supérieures en tourisme, Editions Breal, 2008

UNITES CAPITALISABLES ET HORAIRES INDICATIFS

	Liste des unités capitalisables	Contenu	Horaires indicatifs en face à face pédagogique
Épreuves obligatoires Première année	UE D UC D11.1	Marketing et communication numérique de l'entreprise touristique Structures organisationnelle et juridique, politique générale des entreprises touristiques Stage ou projet tutoré	160 à 200 h
	UC D11.2		130 à 160 h
			4 à 6 semaines
Épreuves obligatoires Deuxième année	UE B UC B11*	Langue vivante européenne 1 (Écrit) <i>Utilisateur élémentaire</i>	80 à 100 h
	UC B12*		80 à 100 h
Épreuves obligatoires Deuxième année	UE A UC A2	Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	40 à 60 h
	UE D UC D21.1 UC D21.2	Stratégie multimédia et e-marketing touristique Le produit touristique : entre grandes tendances et spécificités territoriales Stage ou projet tutoré	170 à 220 h
	UC D22		70 à 100 h
Épreuves obligatoires Deuxième année	UE B UC B21*	Langue vivante européenne 1 (Oral) <i>Utilisateur élémentaire</i>	80 à 100 h
	UC B22*		80 à 100 h

* Le référentiel d'examens est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B11 et B21) ou langue vivante 2 (UC B12 et B22).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- Langue vivante 1 : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- Langues vivantes 2 : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

ARCHITECTURE DU DIPLOME FEDE

	Fondation Degree Tourisme et Hôtellerie				Temps plein, temps partiel, alternance		Formation tout au long de la vie	
	Épreuves	U.C.	ECTS	Coeff.	Forme ponctuelle	Durée	Forme ponctuelle	Durée
1 ^{ère} année – Épreuves obligatoires	D11.1 Marketing et communication numérique de l'entreprise touristique	D11.1	24	8	QCM	1h30	QCM	1h30
	D11.2 Structures organisationnelle et juridique, politique générale des entreprises touristiques	D11.2	24	8	Étude de cas	3h	Étude de cas	3h
	B11 Langue vivante européenne	B11	3	1	Écrit	1h	Écrit	1h
	B12 Langue vivante	B12	3	1	Écrit	1h	Écrit	1h
	A2 Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action	A2	6	2	QCM en ligne	40min	QCM en ligne	40min
	Total		60	20				
2 ^{ème} année – Épreuves obligatoires	D21.1 Stratégie multimédia et e-marketing touristique	D21.1	21	7	Étude de cas	3h	Étude de cas	3h
	D21.2 Le produit touristique : entre grandes tendances et spécificités territoriales	D21.2	17	5	QCM	1h30	QCM	1h30
	D22 Épreuve professionnelle de soutenance	D22	16	6	Oral	30min	Oral	30min
	B21 Langue vivante européenne	B21	3	1	Oral	45min	Oral	45min
	B22 Langue vivante	B22	3	1	Oral	45min	Oral	45min
	Total		60	20				

UE D | Expertise
Professionnelle

UC D11.1

Marketing et communication numérique de l'entreprise touristique

A. Formation

L'unité capitalisable **D11.1** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **marketing et communication numérique de l'entreprise touristique** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 160 à 200 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Principaux acteurs du Marketing touristique (60 à 70 h)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> - Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing - Connaître les principales sources d'information et savoir choisir sa source en fonction de l'étude à réaliser concernant l'approche des marchés touristiques 	
<ul style="list-style-type: none"> • Spécificités de la mercatique des services <ul style="list-style-type: none"> - Concepts - Aspects immatériels - Intangibilité du service - Attentes client - Qualité des services et satisfaction clients - Idée de servuction - Fidélisation clients - Politique relationnelle, GRC, Marketing direct - Mercatique des services et Web - Accueil 	<p><i>Appréhender la spécificité des métiers de services</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des besoins <ul style="list-style-type: none"> - Diagnostiquer un besoin - Rédiger un cahier des charges - Prestataires extérieurs - Les différents types d'études 	<p><i>Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing</i></p> <p><i>Intégrer ces notions dans le développement de plans marketing</i></p> <p><i>Être capable d'utiliser les outils informatiques existant dans le développement de plans marketing (Marketing direct, GRC, marketing téléphonique, gestion de bases de données, réseaux sociaux, etc.)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Les études qualitatives <ul style="list-style-type: none"> - Méthodes de recueil d'informations - Construction d'un guide d'entretien adapté - Analyse des résultats - Restitution des résultats 	<p><i>Savoir utiliser le type d'étude approprié pour chaque problématique</i></p> <p><i>Savoir élaborer une étude</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Les études quantitatives <ul style="list-style-type: none"> - Méthodologie de la collecte d'informations - Mise en place d'un questionnaire adapté - Définition d'une base de sondage - Utilisation de statistiques - L'échantillonnage - Analyse et restitution des résultats - Mise en place d'un plan d'actions 	<p><i>Savoir exploiter et évaluer les résultats</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • Les autres études spécifiques <ul style="list-style-type: none"> - Enquêtes de satisfaction 	<p><i>Maîtriser le recueil et l'analyse des besoins</i></p> <p><i>Connaître les principales sources d'informations et savoir choisir sa source en fonction de l'étude à réaliser</i></p> <p><i>Savoir réaliser un questionnaire adapté aux informations à recueillir, à l'échantillon</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> - Analyse de la valeur - Baromètre de qualité <p>Ateliers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisations d'actions professionnelles et simulation - Mise en situation des étudiants sur des actions professionnelles concrètes liées à la recherche marketing 	<p><i>Savoir définir et calculer la taille d'un échantillon</i></p>
<p>2. Analyse stratégique et marketing opérationnel (50 à 70 h)</p>	
<p>Objectifs du module</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acquérir et approfondir les notions de base du marketing opérationnel dans le cadre d'un marché touristique - Savoir analyser l'entreprise dans son environnement national, européen, et mondial - Savoir élaborer un plan marketing opérationnel en tenant compte des contraintes de l'entreprise touristique (humaines, financières et techniques) - Savoir utiliser Internet comme véritable outil marketing - Connaître la démarche du marketing stratégique 	
<ul style="list-style-type: none"> • L'analyse stratégique <ul style="list-style-type: none"> - Modèles classiques de l'analyse stratégique - Notion de satisfaction du client - Comment poser un problème stratégique - Evaluation des conséquences en termes d'organisation commerciale - Hiérarchiser les analyses et actions - Marketing direct et gestion de la relation client - Etablir un positionnement stratégique <ul style="list-style-type: none"> ○ définition du Domaine d'Activité Stratégique (DAS) ○ segmentation stratégique des marchés ○ grille d'évaluation de la stratégie ○ optimiser les choix • Evaluer les coûts et les risques <ul style="list-style-type: none"> - Politique d'innovation - Stratégies concurrentielles - Stratégies de croissance interne, externe - Stratégies de développement à l'international - Le plan marketing opérationnel - Elaboration du plan marketing opérationnel <ul style="list-style-type: none"> ○ définition ○ les principales étapes de l'élaboration du plan marketing ○ recherches d'informations, détection des prévisions ○ politiques de prix, produit, distribution et communication-vente - Mise en œuvre et mesure de l'impact du plan marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ définir des actions marketing cohérentes ○ traduction du plan marketing en plan d'actions commerciales et de communication 	<p><i>Réaliser des études de marché qualitatives et quantitatives, calcul d'échantillonnages, d'administration de sondages, etc.</i></p> <p><i>Développer la capacité à analyser les études par l'analyse d'études existantes</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ les actions offline/online, publicitaires et promotionnelles ○ définition des moyens nécessaires pour la mise en œuvre du plan marketing : humains, techniques ○ définition du budget ○ contrôler les résultats à l'aide d'indicateurs et de tableaux de bord 	
<p>3. Communication numérique 1 (50 à 60 h)</p>	
<p>Objectifs du module</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appréhender l'environnement spécifique lié à une communication numérique ainsi que le langage propre au web et les techniques de recherche de l'information - S'initier aux éléments de base de construction d'un site - Appréhender la technologie de la communication numérique et l'utilisation des outils multimédia et de programmation 	
<ul style="list-style-type: none"> • Les différents intervenants de l'économie numérique • L'entreprise 2.0 • Supports numériques et dématérialisation • L'internaute : profils, usages sur internet... • Lexique de la communication et d'internet • Le marché de la communication on-line • Techniques de recherche de l'information • Méthodologie de travail sur internet • Prospective : Les évolutions du secteur numérique • e-communication : les métiers de la chaîne de communication numérique • Ergonomie Web • Création et intégration multimédia sur Photoshop • Méthodologie de projet 	<p><i>Distinguer les acteurs et les grandes tendances de l'économie numérique (opportunités et risques)</i></p> <p><i>Maîtriser le langage propre à la communication numérique</i></p> <p><i>Recueillir l'information à partir des techniques de veille sur internet</i></p> <p><i>Comprendre les différents aspects de la communication numérique</i></p> <p><i>Connaître les éléments de base de la structure et de la construction d'un site internet pour être en mesure d'échanger avec les développeurs</i></p> <p><i>Connaître les éléments de base du web design pour échanger avec les graphistes et infographistes</i></p> <p><i>Acquérir de bonnes pratiques de gestion de projet Web</i></p>

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)

Durée : 90 minutes

Nombre de questions : 60 questions

Nombre de propositions : 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée

Total de points : 180

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 8 et permet de capitaliser 24 ECTS.

UC D11.2

Structures organisationnelle et juridique, politique générale des entreprises touristiques

A. Formation

L'unité capitalisable **D11.2** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Structures organisationnelle et juridique, politique générale des entreprises touristiques** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 130 à 160 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Cadre organisationnel et numérique des entreprises touristiques (40 à 50 h)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender le fonctionnement des entreprises et des organisations touristiques et hôtelières, notamment numériques, à travers leur environnement, leurs structures, leurs principales fonctions, leurs modèles de décision et leurs évolutions 	
<ul style="list-style-type: none"> • Les diverses conceptions de l'entreprise : structure productive, groupement humain, culture, éthique, entreprise citoyenne... • Les différents réseaux de distribution spécifiques au tourisme (agences de voyages, tour operators, réseaux, franchises, offices de tourisme etc....) • Les critères de classification et diversité des entreprises, insertion dans le système productif : filiales, groupes, filières... • Décision et pouvoir, prise de décision, rôle de l'information comme outil d'aide à la décision, leadership et conflits • Notion de complexité appliquée à l'économie numérique (contexte européen et mondial) • Les principaux biens et services vendus par internet (B2C) • Les services en ligne proposés par les entreprises 	<p><i>Maîtriser le vocabulaire économique spécifique à l'entreprise</i></p> <p><i>Appréhender l'environnement de l'entreprise et son évolution en particulier numérique</i></p> <p><i>Identifier les caractéristiques, la structure et les fonctions d'une entreprise ainsi que les missions des différents services la composant</i></p> <p><i>Identifier la relation décision</i></p> <p><i>Pouvoir, l'exercice du pouvoir et la prise de décision stratégique, la motivation au travail, la résistance au changement</i></p> <p><i>Maîtriser le vocabulaire spécifique d'internet et acquérir une culture internet applicable en entreprise</i></p>
2. Politique générale d'entreprise (40 à 50 h)	
Objectifs du module	
<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender le fonctionnement des entreprises et des organisations touristiques et hôtelières à travers leurs différentes activités, commerciale, productive, logistique et approvisionnement, financière, ressources humaines, numérique 	
<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes activités de l'organisation et leurs évolutions 	<p><i>Au niveau commercial, identifier les acteurs du marché, les étapes du processus décisionnel et les objectifs et moyens mis en œuvre</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Les processus transversaux de l'entreprise (PGI), gestion informatisée de la relation partenaire (entreprise, client, fournisseur, administration), échanges de données informatiques (EDI, extranet...) • Les impératifs de la qualité pour les entreprises européennes 	<p><i>Au niveau de l'activité productive, comprendre les différents systèmes de production et leurs évolutions, ainsi que l'enjeu de l'innovation et de la qualité</i></p> <p><i>Au niveau logistique et approvisionnement, mettre en évidence la problématique de l'approvisionnement (flux tendus, JAT, ...), de sa gestion informatisée et de la e-logistique</i></p> <p><i>Au niveau de l'activité financière, comprendre les notions de rentabilité et la nécessité des équilibres financiers</i></p> <p><i>Au niveau des ressources humaines, identifier les enjeux de la gestion des ressources humaines (recrutement, formation, promotion, animation, dialogue social)</i></p> <p><i>Comprendre le fonctionnement de l'e-entreprise</i></p> <p><i>Connaître les fondamentaux de l'e-entreprise</i></p>
---	---

3. Cadre juridique des activités touristiques et du numérique (50 à 60 h)

Objectifs du module

- Connaître les obligations légales propres aux activités de tourisme, d'hôtellerie et à internet
- Appréhender les lois spécifiques au tourisme, les différents acteurs du secteur touristique et hôtelier, le principe d'engagement contractuel, les responsabilités encourues et spécificités des contrats et e-contrats
- Travailler sur des exemples pratiques simples, des cas réels d'actualité

<ul style="list-style-type: none"> • Cadre juridique de l'activité touristique : différents types de société de droit privé (SARL etc...) et droit public (EPIC, SEM etc...) et associations loi de 1901 • Contrats : conditions de validité, clauses essentielles et particulières, exécution, paiement, cessation • Contrat spécifique agence de voyages et vente de séjour • Contrat d'hôtellerie • Contrat de transport (notamment aérien) • Protection des données personnelles (collecte de données nominatives sur site internet) Loi RGPD • Propriété intellectuelle (marques, dessins et modèles, brevets, secret industriel, AOC, IGP, labels...) • Droit du e-commerce : mentions légales, loi LCEN, e-contrat • Responsabilité civile contractuelle et délictuelle • Droit de la consommation : lois protectrices, clauses abusives, achat à crédit, surendettement • Droit du travail : <ul style="list-style-type: none"> - Sources internes et internationales du droit du travail - contrats de travail (formation, exécution, rupture, les différents types de contrats de 	<p><i>Appliquer les règles spécifiques au secteur du Tourisme</i></p> <p><i>Analyser et résoudre un problème de droit, construire une argumentation juridique et opter pour la juridiction compétente</i></p> <p><i>Acquérir et de protéger des productions numériques pour exploitation multimédia</i></p> <p><i>Savoir vérifier la validité d'un contrat</i></p> <p><i>Identifier le mode de preuve</i></p> <p><i>Savoir conclure, rompre un contrat</i></p> <p><i>Savoir engager une action en responsabilité sur un fondement juridique approprié aux faits</i></p> <p><i>S'approprier les différentes normes juridiques applicables en droit du travail (conventions collectives du secteur touristique et hôtelier, code du travail)</i></p>
---	--

travail, clauses particulières : non concurrence, mobilité, confidentialité, dédit-formation) - Inspection du travail, médecine du travail - Démission, licenciements, rupture conventionnelle - Représentation collective des salariés (syndicats et institutions représentatives), négociation collective, conflits collectifs et résolution de ceux-ci	<i>Comprendre les textes et les décisions de justice en rapport avec les conflits du travail</i> <i>Comprendre les relations entre les représentants du personnel et la direction</i>
--	--

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Étude de cas

Durée : 3 heures

Barème : 180 points

À partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, le candidat doit analyser des situations et résoudre des problèmes liés à la spécialité choisie. Cette épreuve mobilisera également des savoir et surtout des savoir-faire acquis tout au long de l'année de formation dans la spécialité choisie.

Au-delà du simple contrôle de connaissances, cette épreuve doit mettre en évidence les qualités d'analyse et de synthèse du candidat, le réalisme et la cohérence de ses propositions.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 8 et permet de capitaliser 24 ECTS.

UC D21.1

Stratégie multimédia et e-marketing touristique

A. Formation

L'unité capitalisable **D21.1** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Stratégie multimédia et e-marketing touristique** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation. Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 170 à 220 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. E-Marketing du Tourisme (70 à 90 h)	
<ul style="list-style-type: none"> • Introduction au Web 2.0 • Historique • Situation actuelle • Les enjeux et limites • Le futur du Web 2.0 • Les acteurs et les outils du Web 2.0 (opérateurs tourisme de référence, sites d'importance, réseaux sociaux, ordinateurs, tablettes, smartphones) • Les métiers mêlant tourisme et web (veilleur stratégique, analyste de trafic, web manager, web marketeur, community manager, responsable help desk, etc.) • Intégration des outils et techniques du e-marketing au plan marketing global • Aspects techniques du plan media internet (gestion de contenus d'un site, référencement, affiliation, achats, community management, statistiques de fréquentation, contrôle de l'impact, etc.) • Vente en ligne, Mobile marketing (techniques de ventes sur internet via les nouveaux outils) réseaux sociaux, comparateur de voyages blogs, forums (gestion de ces outils, pondérations) 	<p><i>Être au fait des évolutions du secteur en matière de NTIC</i></p> <p><i>Connaitre les acteurs, les métiers, les outils de base du e-marketing (outils de veille, réseaux sociaux, GRC interactive, mobile marketing, gestion de contenus de sites internet, animation de blogs, forums, gestion des avis clients, e-mailings, newsletter, techniques de ventes sur internet)</i></p> <p><i>Savoir analyser de façon pertinente les éléments d'un plan media intégrant des actions sur internet (notions de communication online autour d'un site, notion de référencement, notion achats au clic, d'affiliation, suivi d'audience et d'impact des actions internet, etc.)</i></p>
2. Communication numérique 2 (40 à 50 h)	
<ul style="list-style-type: none"> • Structure et construction d'un site internet (contenu, arborescence, ergonomie) • Initiation : base de données (SQL / mySQL), e-commerce (Prestashop), vidéo • Création d'un site web • Conception du cahier des charges de création d'un site • Mise en ligne d'un site (nom de domaine, hébergement, échange informatique de fichiers : FTP) 	<p><i>Maîtriser les outils, les langages de création d'un site et sa mise en ligne</i></p> <p><i>Savoir créer et mettre en ligne un site web simple</i></p>

3. Démarche stratégique multimédia (30 à 40 h)

Objectifs du module

- Comprendre l'importance et la nécessité de la stratégie pour l'entreprise touristique et hôtelière dans un contexte numérisé évolutif et mondialisé, ainsi que les outils nécessaires à son élaboration et à sa mise en œuvre

- Objectifs et finalités de la stratégie d'entreprise : démarche stratégique
- Diagnostic stratégique (interne et externe)
- Mise en œuvre des choix stratégiques : orientation et options stratégiques, éléments de planification
- Limites de la stratégie d'entreprise
- PME et démarche stratégique au niveau européen
- Importance du site internet en termes de stratégie multimédia (budget, contenu...)

*Apprécier les concepts de base liés à l'analyse stratégique (en particulier la stratégie multimédia)
Savoir réaliser un diagnostic*

Savoir faire des propositions de choix stratégiques à partir d'une démarche structurée afin d'améliorer la notoriété et l'image de l'entreprise

Savoir choisir le meilleur média pour la communication de l'entreprise

4. Veille et intelligence numérique (30 à 40 h)

Objectifs du module

- Renforcer la maîtrise d'internet afin d'en faire un véritable outil d'aide à la décision
- S'initier aux principaux sites et outils électroniques, ainsi qu'à la veille technologique, concurrentielle, réglementaire, image/e-réputation sur internet

- Définitions : veille technologique, concurrentielle, commerciale, sociétale...
- L'espionnage économique
- Intelligence économique
- Veille juridique et réglementaire : les outils et sources officielles nationales et internationales (sécurisation des transactions et paiement en ligne, contrefaçon de sites, collecte de données nominatives sur site internet)
- Veille technologique (collecte d'informations blanche, grise, synthèse des données et propositions afférentes, diffusion de l'information)
- Logiciels de veille informationnelle

Savoir mener une veille à partir d'outils informatiques maîtrisés

Identifier un contenu illicite sur un site web

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Étude de cas

Durée : 3 heures.

Barème : 180 points

À partir d'un cas concret, conçu à l'aide de données réelles, le candidat doit analyser des situations et résoudre des problèmes liés à la spécialité choisie. Cette épreuve mobilisera également des savoir et surtout des savoir-faire acquis tout au long de l'année de formation dans la spécialité choisie.

Au-delà du simple contrôle de connaissances, cette épreuve doit mettre en évidence les qualités d'analyse et de synthèse du candidat, le réalisme et la cohérence de ses propositions.

L'utilisation de la calculatrice est autorisée.

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 7 et permet de capitaliser 21 crédits ECTS.

UC D21.2

Le produit touristique : entre grandes tendances et spécificités territoriales

A. Formation

L'unité capitalisable **D21.2** repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le produit touristique : entre grandes tendances et spécificités territoriales** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 70 à 100 heures.

Contenu	Capacités attendues
1. Territoires et patrimoines (50 à 70 h)	
<ul style="list-style-type: none"> • Etudes des grandes civilisations à l'origine de la société européenne : <ul style="list-style-type: none"> - Grèce - Rome - Moyen-Age Chrétien - Renaissance • Connaissance des principaux styles en architecture • Connaissance des grands espaces touristiques : Scandinavie, Îles Britanniques, Belgique & Pays-Bas, Europe Centrale et Orientale, les Balkans, l'Italie, la péninsule Ibérique, les îles de la Méditerranée, la France, la Turquie... • Connaissance des nouvelles destinations : Bhoutan, Cap vert etc... • Connaissance des différents types de tourisme : balnéaire, de montagne, sportif, culturel, gastronomique, œnologique, de santé etc... • Connaissance des nouvelles tendances en terme de tourisme : slow tourism, durable, solidaire etc... • Menace du tourisme de masse et de ses conséquences (gentrification) 	<p><i>Maîtriser la chronologie des différentes périodes historiques</i></p> <p><i>Maîtriser les différentes zones touristiques européennes</i></p> <p><i>Maîtriser les nouvelles destinations qui émergent ou celles qui deviennent à la mode</i></p> <p><i>Maîtriser les différents types de tourisme afin de mieux segmenter la clientèle et mieux adapter le produit</i></p> <p><i>Connaître les conséquences engendrées et les mesures politiques et fiscales qui en découlent (ex : réglementation pour les loueurs de Airbnb....)</i></p>
2. Production d'un produit touristique (20 à 30 h)	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboration d'un tableau synoptique correspondant à la demande de voyage du client • Elaboration du devis en répartissant les frais individuels et collectifs et en tenant compte des diverses taxes • Application du taux de marge ou du taux de marque • Calcul et application de la Tva sur la marge 	<p><i>Maîtriser l'élaboration d'un produit touristique individuel ou de groupe</i></p> <p><i>Maîtriser le coût de revient et le prix de vente d'un produit touristique</i></p>

B. Evaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)

Durée : 90 minutes

Nombre de questions : 60 questions

Nombre de propositions : 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

Barème : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée

Total de points : 180

C. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 5 et permet de capitaliser 17 crédits ECTS.

UC D22

Epreuve Professionnelle de Soutenance

A. Objectifs

La pédagogie doit faire une large place à l'initiative de l'étudiant et à son travail personnel, pour mettre en œuvre les connaissances et les compétences acquises. À cette fin, le stage ou projet tutoré implique l'élaboration d'un mémoire qui donne lieu à une soutenance orale.

Le Foundation Degree implique une mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail de manière à lui permettre d'approfondir sa formation et son projet professionnel et de faciliter son insertion dans l'emploi.

Une partie de la formation peut être accomplie à l'étranger dans le cadre d'une convention.

B. Stage ou Projet tutoré

Stage

Durée : 4 à 6 semaines la première année ; 8 à 12 semaines la seconde année

Contenu : Réalisation d'une ou plusieurs actions en rapport avec le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, donnant lieu à un rapport d'activité.

Capacités attendues : Appréhender les réalités d'une activité professionnelle au sein du secteur du tourisme et de l'hôtellerie.

Ou

Projet tutoré

Durée : ¼ du volume de la formation, hors stage

Contenu : Dans le cadre d'un travail individuel ou collectif, réalisation d'un mémoire retraçant l'ensemble des actions menées pour la réalisation d'une opération dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie définie en début d'année et validée par le tuteur enseignant.

Capacités attendues : Mettre en œuvre une stratégie permettant la réalisation effective d'une action du tourisme et de l'hôtellerie.

C. Évaluation

L'épreuve professionnelle de soutenance permet de valider les capacités du candidat à mener un projet professionnel, à développer une problématique dans un document écrit et à expliquer et défendre sa démarche devant un jury.

En raison de l'intérêt qu'elle représente dans la formation du candidat, cette épreuve est obligatoire.

1. Modalités de préparation

Quel que soit le pays d'exercice, l'élaboration du document écrit peut s'appuyer sur différentes modalités d'expériences formatives :

- Soit un stage en entreprise ;
- Soit un emploi salarié ;
- Soit des travaux plus théoriques par le biais d'un projet tutoré.

1.1. Le stage en entreprise

Le stage doit se dérouler pendant la scolarité. Il doit avoir une durée comprise entre 4 à 6 semaines pour la première année, 8 à 12 semaines pour la seconde année.

La date et la planification de ce stage sont laissées à la libre appréciation de l'établissement de formation, en accord avec sa propre organisation pédagogique.

Par exemple, le stage peut être scindé en 2 parties ou organisé selon un rythme hebdomadaire propre à l'alternance (n jours en école, n jours en entreprise).

Toutefois, il semble préférable, pour des motifs pédagogiques, que le stage ainsi scindé se déroule dans la même entreprise ou organisation.

Le terrain de stage doit être choisi en fonction des possibilités d'actions professionnelles du candidat, et soumis à l'équipe pédagogique de l'école, qui en valide le bien-fondé et l'adéquation avec le niveau exigé. Il peut s'agir d'une entreprise publique ou privée ou d'une organisation au sens large.

Ce stage donne l'occasion au candidat de déterminer, en relation avec son tuteur en entreprise et, éventuellement, son tuteur-enseignant, les études, les actions ou les missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son rapport d'activité.

La production d'un certificat de stage mentionnant la durée, les dates et éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.2. L'emploi salarié

La préparation du mémoire peut également s'appuyer sur l'expérience professionnelle du candidat, qu'il soit salarié à temps plein ou en alternance, pourvu que la nature de ses activités professionnelles et le niveau de ses responsabilités soient conformes aux spécificités et aux exigences du référentiel de l'examen FEDE présenté.

Dans ce cas, ce sont les missions qui sont confiées au salarié qui deviennent la matière de son rapport d'activité. La production d'un certificat de travail mentionnant la durée, les dates et, éventuellement les études ou missions confiées par l'entreprise, sera exigé au moment de l'épreuve de soutenance.

1.3. Les travaux théoriques

L'obtention d'un stage en entreprise doit constituer la priorité mais les candidats peuvent éventuellement, en accord avec leur établissement de formation, appuyer leur mémoire sur des travaux théoriques.

Dans ce cas, le projet de mémoire est négocié et déterminé en début d'année en concertation avec l'équipe pédagogique et plus spécialement un tuteur-enseignant, qui aura pour rôle de superviser le projet.

1.3.1. Contenu du projet

Dans la mesure du possible, ce projet aura une dimension européenne et sera élaboré en liaison avec une entreprise ou une organisation professionnelle où il pourrait trouver une application.

1.3.2. Rôle du tuteur

Le tuteur est un des enseignants du candidat. En tant que tuteur, son rôle consiste à :

- Suggérer des idées de projet ou d'étude ;
- Valider le projet et négocier avec le candidat l'évolution du projet ;
- Orienter ses recherches bibliographiques et documentaires ;
- Fournir des pistes pour mettre en place des relations avec des entreprises ou des organisations professionnelles ;
- Surveiller la qualité d'ensemble du travail fourni ;
- Participer, le cas échéant au jury d'examen.

2. Le rapport d'activité ou le mémoire

Le document écrit présenté par les candidats stagiaires ou salariés est un rapport d'activité. Le document écrit présenté au titre de recherches théoriques est un mémoire.

Ce document écrit constitue une partie du travail évalué par le jury. En tant que tel, il est donc un objet d'évaluation et représente 50% de la note finale.

2.1. Le contenu du document écrit

Le document écrit ne doit pas se résumer à un simple descriptif de l'activité du candidat ou à un simple compte rendu de lecture.

Il doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise (entendue au sens large), dans un contexte économique européen si possible.

L'observation des pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier.

L'organisation du document écrit est importante, il doit respecter une ordonnance classique, en abordant dans un ordre logique les différentes étapes de l'élaboration du projet, dont voici quelques exemples :

- Introduction ;
- La demande ou la commande ;
- La problématique ;
- L'idée de départ, le projet initial ;
- Les hypothèses de recherche ;
- Les résultats attendus ;
- La méthodologie utilisée ;
- Les arguments du projet, les propositions ;
- L'évaluation, la comparaison avec d'autres projets ;
- La confrontation avec la réalité, le terrain, les entreprises ;
- Les résultats éventuellement obtenus ;
- Les outils de contrôle éventuellement mis en place ;
- Les avantages apportés par le projet ou l'étude.

2.2. Présentation du rapport ou du mémoire

Le document écrit sera saisi au traitement de texte et présentera les caractéristiques suivantes :

- Format A4 ;
- Nombre de pages : de l'ordre de 30 pages (plus ou moins 20 %) hors annexes ;
- Impression recto seul ;
- Marges 2,5 cm de chaque côté ;
- Interligne 1,5 ;
- Relié.

Le rapport ou mémoire peut contenir quelques annexes essentielles qui ne doivent pas dépasser un volume maximum de 10 feuilles A4.

La provenance de ces annexes doit être clairement indiquée (document élaboré par le candidat, tiré de telle publication, fourni par l'entreprise...).

La page de titre doit comporter les mentions suivantes :

- Nom et prénom du candidat ;
- Numéro de candidat attribué par la FEDE ;
- Titre éventuel du rapport ou du mémoire ;
- « Examens de la FEDE » ;
- « Rapport d'activité [ou mémoire] présenté à l'épreuve professionnelle de soutenance du diplôme visé de [année] ».

Il devra contenir un sommaire au début, une bibliographie à la fin et éventuellement une table des annexes.

Il sera exigé la même rigueur que pour les travaux universitaires en ce qui concerne la présentation des références, des citations, etc.

Il faut prévoir une édition en au moins deux exemplaires, un pour le jury, un pour le candidat.

2.3. Délai de fourniture du document écrit

Les rapports d'activités ou mémoires doivent être envoyés en deux exemplaires au centre d'examen (pour transmission au jury) au moins 3 semaines avant le début de la période annoncée pour ce type d'épreuve.

3. Déroulement de la soutenance

Le jury est composé d'un enseignant de la spécialité auquel il est adjoint un professionnel. L'épreuve dure 30 minutes. Pas de temps de préparation.

La soutenance orale représente 50% de la note finale.

3.1. Exposé théorique (de 10 à 15 min)

Dans un premier temps, le jury invitera le candidat à justifier le choix de son projet ou de son étude et à livrer les conclusions auxquelles il est parvenu.

Ce travail de soutenance ne doit pas conduire le candidat à « lire » son rapport ou mémoire devant le jury. Cette partie de l'épreuve est une évaluation des compétences de communication orale dans un contexte professionnel et technique.

Le candidat s'efforcera donc de retracer, d'une manière construite et raisonnée, son cheminement dans le choix d'un sujet ou d'un projet, les difficultés qu'il a connues et comment il les a surmontées, la place que ce projet a prise par rapport à son projet professionnel global, l'intérêt qu'il a trouvé, le bénéfice qu'il a tiré d'un travail personnel d'élaboration et de recherche, les contacts qu'il a pu nouer à cette occasion avec des professionnels, des organisations, les suites qui seront éventuellement données...

Il devra savoir introduire et conclure son exposé, et maîtriser son temps de parole.

Le candidat peut utiliser à sa guise des documents complémentaires qui ne sont pas dans le document écrit remis au jury et qu'il aura apporté avec lui.

Le candidat a aussi la possibilité d'utiliser les techniques de présentation qu'il juge utiles (par exemple : présentation assistée sur ordinateur...) pourvu qu'il soit autonome dans l'utilisation de ces outils et qu'il reste dans le temps imparti.

Pendant cet exposé de 10 à 15 minutes, le candidat ne sera pas interrompu.

3.2. Discussion avec le jury (15 à 20 min)

Dans un deuxième temps, le jury reviendra sur des aspects plus techniques ou professionnels, notamment sur le contenu du document écrit, et posera les questions suscitées par la lecture de celui-ci.

Toutefois, s'agissant de la partie « soutenance orale » de l'épreuve, le jury évaluera moins la précision et la justesse des éléments de réponse technique fournis que la capacité, de la part du candidat, à maîtriser la situation de communication, à comprendre et à traiter une objection, à organiser un discours, à convaincre...

4. Objectifs et critères d'évaluation

Cette épreuve a pour objectif d'évaluer les capacités suivantes (les performances écrites et les performances orales ayant le même poids pour la note finale) :

Concernant le document écrit (50% de la note)

Capacités	Critères d'évaluation Le candidat devra être capable de :
1. Aptitude du candidat à communiquer par écrit	<ul style="list-style-type: none"> • S'exprimer par écrit en respectant les règles de style et l'orthographe de sa langue • Avoir une pensée claire • Organiser sa pensée selon un plan organisé et explicite
2. Aptitudes en bureautique et en informatique	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter une charte graphique • Prouver l'utilisation de logiciels spécifiques professionnels (production d'annexes issues de ces logiciels spécifiques)
3. Capacité à élaborer une pensée construite sur des problèmes techniques liés au monde de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les aspects techniques abordés dans le mémoire et faire preuve d'une véritable autonomie dans les domaines concernés
4. Capacité à témoigner des compétences professionnelles et savoir-faire attendues d'un étudiant ayant suivi une formation de niveau V du CEC dans un domaine professionnel spécifique	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte technique lié à la spécialité choisie et conforme au niveau visé

Concernant la soutenance (50% de la note)

Capacités	Critères d'évaluation Le candidat devra être capable de :
1. Aptitude du candidat à communiquer oralement	<ul style="list-style-type: none"> • Montrer une présentation générale correcte • S'exprimer par oral correctement et clairement • Maîtriser le déroulement de l'épreuve, gérer son temps • Choisir ses arguments • Convaincre • Faire preuve d'écoute active
2. Capacité à tirer parti, pendant l'exposé et la discussion, de documents de travail professionnels (documentations, catalogues, réalisations personnelles, annexes diverses)	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser parfaitement les documents qu'il apporte • Être à l'aise dans la présentation et l'utilisation de ces documents en tant qu'appui de la communication orale (ce n'est pas la qualité en elle-même des documents qui est évaluée)
3. Capacité à porter un jugement objectif sur la teneur et le résultat de l'étude ou du projet tutoré	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte lié à sa spécialité et à un niveau V de compétences du CEC

D. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 6 et permet de capitaliser 16 crédits ECTS.

UE B

Langue Vivante
Européenne

UC B11

Langue Vivante Européenne 1

Utilisateur élémentaire – Niveau A2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B11) ou langue vivante 2 (UC B12).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1 (obligatoire)** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langue vivante 2 (obligatoire)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

A. Objectif

Acquérir le niveau A2 écrit de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 100 heures.

Utilisateur élémentaire, Niveau A2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Lire	Je peux comprendre des expressions et un vocabulaire très fréquent relatifs à ce qui me concerne de très près (par ex. moi-même, ma famille, les achats, l'environnement proche, le travail). Je peux saisir l'essentiel d'annonces et de messages simples et clairs.
Écrire	Je peux écrire des notes et messages simples et courts. Je peux écrire une lettre personnelle très simple, par exemple de remerciements.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

Afin de permettre aux apprenants de s'auto-former sur ce module, la FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Evaluation

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

Durée : 1 heure

Compréhension écrite

Étude de deux textes de 150 à 250 mots accompagnés de questions écrites.

1er texte : 4 questions

2ème texte : 4 questions

Total : 8 questions

Les réponses à ces 8 questions seront reportées par le candidat sur une feuille type QCM fournie par la FEDE.

Courrier

Rédaction d'un courrier (lettre, fax, mail ou mémo) dans la langue étrangère choisie par le candidat à partir d'un canevas fourni dans cette même langue étrangère, éventuellement en réaction à un document fourni dans l'énoncé (publicité, offre d'emploi, courrier). Nombre de mots : de 100 à 150.

Il s'agit essentiellement de tester les capacités de l'étudiant à rédiger et à élaborer une réponse correcte et logique en utilisant des phrases simples visant à satisfaire des besoins simples et concrets.

La présentation ne fera pas l'objet de notation, mais pourra contribuer à l'évaluation (sous forme de bonus par exemple).

Barème :

QCM : 3 points pour une bonne réponse, 0 pour non-réponse ou réponse erronée.

Compréhension écrite (8 questions x 3) : 24 points

Courrier : 36 points

Total : **60 points**

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.

UC B21

Langue Vivante Européenne 1

Utilisateur élémentaire – Niveau A2 du CECR

Le référentiel de cette unité d'enseignement est commun pour toutes les langues vivantes, qu'il s'agisse d'une langue vivante 1 (UC B21) ou langue vivante 2 (UC B22).

Les étudiants ont la possibilité de choisir parmi les langues vivantes suivantes :

- **Langue vivante 1 (obligatoire)** : Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais ;
- **Langue vivante 2 (obligatoire)** : Allemand, Anglais, Arabe, Chinois, Espagnol, Français, Italien, Portugais.

La langue vivante choisie par le candidat doit être différente de celle dans laquelle il passe les épreuves du domaine européen et du domaine professionnel.

A. Objectif

Acquérir le niveau A2 oral de maîtrise d'une langue européenne.

B. Formation

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 80 à 100 heures.

Utilisateur élémentaire, Niveau A2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe

Écouter	Je peux comprendre des expressions et un vocabulaire très fréquent relatifs à ce qui me concerne de très près (par ex. moi-même, ma famille, les achats, l'environnement proche, le travail). Je peux saisir l'essentiel d'annonces et de messages simples et clairs.
Prendre part à une conversation	Je peux communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simple et direct sur des sujets et des activités familiers. Je peux avoir des échanges très brefs même si, en règle générale, je ne comprends pas assez pour poursuivre une conversation.
S'exprimer oralement en continu	Je peux utiliser une série de phrases ou d'expressions pour décrire en termes simples ma famille et d'autres gens, mes conditions de vie, ma formation et mon activité professionnelle actuelle ou récente.

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

Afin de permettre aux apprenants de s'auto-former sur ce module, la FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants de très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Evaluation

Nota : aucun dictionnaire n'est autorisé.

Durée : 45 minutes

Préparation (25 min)

Le candidat tire au sort un document iconographique parmi un choix de 6 à 12 documents et doit préparer une présentation et un commentaire en réaction à ce document.

Le document iconographique est une photographie, un dessin, un graphique ou un montage de plusieurs de ces éléments portant sur les thèmes du référentiel et des sujets d'actualité s'y rapportant.

Le candidat peut prendre des notes mais uniquement comme support d'oral ; toute lecture mot à mot in extenso sera sanctionnée.

Passation (20 min)**1. Présentation et commentaire**

Présentation et commentaire par le candidat du document iconographique.

L'examinateur doit laisser au candidat le temps de s'exprimer seul afin de juger de la logique du discours.

2. Discussion sur le document

Entretien entre l'examinateur et le candidat sur le document.

3. Test de compréhension orale

L'examinateur lit au candidat un texte de 150 mots maximum (portant sur les thèmes du référentiel et sujets d'actualité s'y rapportant) et lui pose 6 questions de compréhension.

Les questions sont posées au fur et à mesure de la lecture du texte ; chaque passage n'est lu qu'une seule fois. La prise de notes est autorisée (l'exercice porte sur la compréhension et non sur la mémorisation au sens strict).

4. Entretien

Entretien sur la spécialité professionnelle du candidat (expérience acquise ou en cours, projet tutoré, spécialisation présente et future...)

Liste des thèmes de l'épreuve de Langue Vivante**1. L'Europe**

- La citoyenneté européenne ;
- Les institutions politiques européennes (Il s'agit d'entraîner les élèves à la compréhension et à l'utilisation d'un vocabulaire spécifique et non de reprendre le cours préparant à l'UE A).

2. Le monde du travail (vu d'une manière générale)

- Les relations humaines ;
- Les aspects sociaux (aménagement du temps de travail / formation / conflits / délocalisation...);
- Les conditions de travail dans le(s) pays européen(s) de la LV (Langue Vivante) choisie par l'étudiant.

3. Économie générale

- La monnaie et les marchés financiers ;
- La mondialisation.

4. Vie pratique

- Lettre d'entreprise : demande de renseignements, proposition, commande, réservation... (Le but est de rester dans une utilisation de base, commune à tout poste occupé dans l'entreprise, l'épreuve étant commune à tous les Foundation Degrees) ;
- Offres d'emploi (lecture et réponse) ;
- Le téléphone : expressions-types / appels / réceptions d'appels...

5. Communication

- Relations publiques, publicité ;
- Nouveaux moyens technologiques de communication.

- 6. Arts, culture et patrimoine**
- Histoire, civilisations et sociétés ;
 - Grands courants de pensées.
- 7. Sujets d'actualité**
- Grands sujets de politiques européennes et internationales ;
 - Sujets de société : environnement, santé...

Notation de l'épreuve orale - Capacités évaluées :

1- Facultés d'expression - Aisance	20 pts
2- Compréhension orale (situation d'entretien et test de compréhension)	30 pts
3- Adéquation et richesse du vocabulaire	30 pts
4- Phonétique (articulation, rythme, intonation)	10 pts
5- Correction grammaticale	20 pts
6- Organisation logique du discours	10 pts
Total	120 pts

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.

UE A

Culture et Citoyenneté
Européennes

UC A2

Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action

A. Objectifs

- Comprendre le modèle européen et ses particularités, aux plans historique et culturel ;
- Acquérir des connaissances précises sur les institutions européennes et leur fonctionnement ;
- Comprendre le modèle européen d'un point de vue réglementaire et juridique ;
- Acquérir un ensemble de savoirs nécessaires pour envisager la création d'une activité économique dans un pays de l'Union européenne.

B. Formation

L'unité capitalisable A2 repose sur le programme pédagogique développé dans le référentiel « **Le projet européen : culture et démocratie pour une citoyenneté en action** », disponible en version numérique, et sur lequel reposera l'évaluation.

Le volume horaire recommandé de formation en face à face pédagogique est de 40 à 60 heures.

Contenu	Capacités attendues
Chapitre 1 : Géopolitique de l'Europe → Fiches CCE soumises à évaluation : 1, 2, 3	
<ul style="list-style-type: none"> • Géographie : le continent européen, un isthme avec des limites naturelles et conventionnelles • Identité européenne façonnée par l'histoire depuis 2000 ans à partir des socles hellénique, romain et judéo-chrétien • Identité européenne portée par de grands mouvements de pensée (Renaissance au XVème siècle, Humanisme au XVIème siècle, Lumières au XVIIIème siècle, Romantisme au XIXème siècle) • Le principe des Etats Nations au XIXème siècle et début XXème siècle prend le pas sur l'idée européenne • La renaissance de l'idéal européen aux lendemains de la seconde guerre mondiale • Des critères géopolitiques mais surtout politiques et culturels au cœur de la construction européenne depuis la seconde guerre mondiale 	<i>Connaître la géopolitique et l'histoire de l'Europe pour aborder, comprendre, analyser l'actualité européenne et pour mesurer les enjeux et défis de la construction européenne</i>
Chapitre 2 : Histoire contemporaine de la construction européenne → Fiches CCE soumises à évaluation : 4, 5, 6 → Fiche CCE hors-évaluation : 7	
<ul style="list-style-type: none"> • Les prémices de la construction européenne de 1945 à 1949 • La formation de l'Europe communautaire entre 1946 et 1956 • La CEE entre 1957 et 1968 • Elargissement et Approfondissement : accélération de deux processus de 1969 à 2000 • L'élargissement entre 2004 et 2013 • La philosophie politique européenne sur les élargissements de 2003 à nos jours 	<i>Connaître l'histoire contemporaine de la construction européenne à travers notamment les procédés et les moyens mis en œuvre par l'Union européenne (UE) pour répondre aux défis politiques européens et méditerranéens mais également aux défis de la mondialisation</i>

<p>Chapitre 3 : Le fonctionnement de l'Union européenne</p> <p>→ Fiches CCE soumises à évaluation : 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22</p> <p>→ Fiche CCE hors-évaluation : 19</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Les 6 Traités européens <ul style="list-style-type: none"> - Apports et nature dominante • Le Droit de l'Union européenne (UE) <ul style="list-style-type: none"> - Définition - Sources du Droit communautaire - Fondements de l'UE : principes et implications (primauté, subsidiarité, attribution des compétences) - répartition des compétences avec les domaines d'action <ul style="list-style-type: none"> - valeurs démocratiques - économie de marché - 5 libertés fondamentales • Les 7 Institutions et les 4 principaux Organes européens <ul style="list-style-type: none"> - Fonctionnement et objectifs - Interactions entre eux - Interventions du citoyen européen • Les droits du citoyen européen <ul style="list-style-type: none"> - Protection des Droits de l'Homme (la CEDH de 1950 du Conseil de l'Europe et la Charte des droits fondamentaux de 2000 de l'Union européenne) - Droits liés à la citoyenneté européenne 	<p><i>Connaître et comprendre le Droit de l'Union (ou Droit communautaire) : ce qu'il recouvre et de quelle manière, son fonctionnement et ses rouages, sa protection de plus en plus accrue vis-à-vis du citoyen européen, et ce qu'il implique pour aujourd'hui et pour demain</i></p> <p><i>Comprendre et assimiler le transfert ou le partage volontaire de la souveraineté des Etats à l'UE qui les représente</i></p> <p><i>Intégrer l'objectif pratique : savoir utiliser les principes de l'UE dans l'environnement personnel ou professionnel (par tous citoyens européens, étrangers, étudiants, professionnels installés en Europe ou à l'étranger)</i></p> <p><i>Comprendre que le citoyen (dans son acception la plus large) est le destinataire final des règles édictées par l'UE</i></p> <p><i>Comprendre que les règles et les droits issus de l'UE et du Conseil de l'Europe sont protecteurs des intérêts du citoyen</i></p>
<p>Chapitre 4 : Enjeux, défis et avenir de la construction européenne</p> <p>→ Fiche CCE soumise à évaluation : 23</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • L'avenir de l'UE conditionné par les défis européens et mondiaux • Son avenir : Union fédérale ? Union resserrée à cercles concentriques ? Union de libre-échange ? Reprise totale de la souveraineté des Etats ? 	<p><i>Mesurer les enjeux et défis européens et mondiaux (drogue, immigration, populisme...) pour mieux cerner les desseins à venir de la construction européenne</i></p>
<p>Chapitre 5 : L'Union européenne, l'Europe et le monde</p> <p>→ Fiches CCE soumises à évaluation : 24, 26, 27, 28, 29</p> <p>→ Fiches CCE hors-évaluation : 25, 30, 31</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Les Organisations internationales <ul style="list-style-type: none"> - Le Conseil de l'Europe - L'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) • Les OING et leur rôle 	<p><i>Comprendre le Conseil de l'Europe et l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) fondées sur les valeurs communes que sont la démocratie, la prééminence du droit et le respect des droits de l'homme</i></p> <p><i>Appréhender le rôle participatif et contributif des OING aux débats politiques européens et internationaux</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Les instruments internationaux d'accueil des migrants • La protection des minorités nationales en Europe 	<p><i>Appréhender l'accueil des migrants en Europe à travers certains instruments internationaux à l'échelon mondial, international et européen</i></p> <p><i>Appréhender la difficile conciliation de la reconnaissance et de la garantie des droits aux minorités nationales par l'Europe avec les droits inaliénables de l'homme et les systèmes politiques et juridiques de certains Etats</i></p>
<p>Chapitre 6 : Focus sur la corruption – Module construit en partenariat avec le GRECO → Fiches CCE soumises à évaluation : 32, 33</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Définir la corruption • Les différentes formes de corruption • Cartographier et mesurer la corruption • Les causes de la corruption • Endiguer la corruption • Les standards internationaux de lutte contre la corruption 	<p><i>Appréhender les conséquences de la corruption</i></p> <p><i>Connaître les termes spécifiques du vocabulaire de la lutte contre la corruption</i></p> <p><i>Distinguer les moyens de lutte contre la corruption, en aval et en amont</i></p> <p><i>Appréhender les enjeux de la dimension internationale de la lutte contre la corruption</i></p>

C. Ressources pédagogiques mises à la disposition des étudiants par la FEDE

La FEDE met à la disposition des écoles et des étudiants :

- 32 fiches de synthèse comportant des outils d'auto-évaluation pour se préparer à l'épreuve ;
- 2 notes de synthèse distinguant le contenu essentiel à retenir pour l'évaluation ;
- Deux e-books en appui à l'apprentissage : *L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle* et *La construction européenne, ses institutions dans le cadre international* ;
- De très nombreuses annales d'évaluation (sujets et corrigés).

D. Évaluation

Forme de l'épreuve : Questionnaire à Choix Multiples (QCM) en ligne

Durée : 40 minutes

Nombre de questions : 40 questions

Nombre de propositions : 2 à 4 propositions de réponses par question. Une seule proposition est exacte.

Total de points : 120

Le barème de notation est le suivant :

- **+ 3 points par bonne réponse**
- **0 point par réponse erronée**
- **0 point par non-réponse**

NB : Formation en présentiel : heures d'enseignement réparties selon l'organisation propre à chaque établissement, à la spécialité du diplôme préparé et à la zone géographique du lieu de formation.

E. Coefficient et crédits ECTS

Ce module vaut coefficient 2, et permet de capitaliser 6 crédits ECTS.



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles
www.fede.education



INGO holding participatory status with the Council of Europe
ONG dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe
INGO holding consultative status with the « Francophonie »
ONG dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie

FEDE - Rue du Rhône, 114 - 1204 Genève - SUISSE
www.fede.education - fede@fede.education

Adresse: Résidence DRARGA Appt N°61, 4ème étage,
Avenue Yaacoub El Mansour, Gueliz, 40000 -Marrakech
Fixe: +212 524 43 87 68 / Whatsapp: +212 625 88 17 53
Email: contact@mmgschool.education