

*Michel Bonneau*

LES FORMATIONS SUPÉRIEURES  
EN TOURISME ET EN HÔTELLERIE  
À L'UNIVERSITÉ D'ANGERS

KSZTAŁCENIE WYŻSZE Z TURYZMU I HOTELARSTWA  
NA UNIWERSYTECIE W ANGERS

L'Université d'Angers, multidisciplinaire, a développé depuis 1972 des formations finalisées de haut niveau sanctionnées par des diplômes nationaux (Licence, Maîtrise, M.S.T., DESS) à l'Innovation scientifique, en Electromécanique et Gestion de la Qualité, fiabilité et disponibilité des produits et services, à la Bio-physiologie appliquée aux productions végétales, au Droit des entreprises, au Tourisme. En 1982, elle a mis en place un second cycle de Tourisme (Licence, Maîtrise) tourné vers les métiers de l'aménagement touristique, du développement local, de la promotion des pays. Forte de cette expérience, elle a été accréditée par le Ministère de l'Education Nationale pour mettre en place en 1986 un Magistère de Tourisme en 3 ans après un Deug ou un B.T.S. Ce Magistère est davantage orienté sur la gestion et le management de l'entreprise hôtelière, le congrès, le tourisme d'affaires. Au total pour les deux formations et les 3 années d'études, ce sont environ 150 étudiants qui se trouvent simultanément en formation de Tourisme et d'Hôtellerie à l'Université d'Angers, qui se trouve ainsi être la seule université française à s'être spécialisée d'une façon aussi importante dans ces secteurs d'activité. Les cadres supérieurs formés à l'Université deviennent très rapidement opérationnels dans les entreprises. L'Université d'Angers est la seule à délivrer un diplôme en tourisme et hôtellerie sanctionnant 5 années d'études supérieures après le baccalauréat.

1. LES PRINCIPES DE FORMATION DANS LA FILIÈRE DE TOURISME

Cinq principes guident l'organisation des études et la pratique pédagogique:

— La pluridisciplinarité qui, seule, permet d'appréhender le tourisme,

l'hôtellerie et les loisirs dans toute leur complexité et d'étudier les synergies qui existent entre les composantes du produit touristique et hôtelier.

— L'alternance entre l'Université et l'Entreprise, c'est-à-dire entre les périodes de cours, les travaux dirigés et pratiques et les périodes d'application sur le terrain ou en entreprise. Ce principe trouve son application dans la semestrialisation des enseignements; ce qui permet aux étudiants d'effectuer des stages longs en entreprise (4 et 6 mois). La localisation en centre-ville et la liaison fonctionnelle avec le tout proche Palais des Congrès d'Angers Favorisent les échanges entre l'Université et la réalité du monde économique.

— Le travail en équipe qui responsabilise les étudiants, encourage les initiatives et permet de mieux valoriser les expériences acquises antérieurement.

— La dimension internationale est une préoccupation constante. Elle est marquée par la présence d'étudiants étrangers, l'intervention de conférenciers étrangers, l'encouragement aux stages d'étudiants hors des frontières et par des enseignements spécifiques. Cette dimension internationale est attestée par des accords de coopération (Pologne, Canada, Grande-Bretagne, Espagne).

— La liaison entre les enseignements finalisés et la recherche fondamentale et appliquée. La prise en compte de la dimension recherche est une nécessité pour la formation de cadres supérieurs qui devront s'adapter à des situations de plus en plus mobiles et même anticiper sur les mutations en cours.

## 2. LE RECRUTEMENT DES ÉTUDIANTS

Dans chaque niveau de formation, le nombre de places est limité à 30. Le recrutement des étudiants se fait sur dossier, tests écrits et entretien oral, parmi les candidats titulaires d'un diplôme sanctionnant déjà deux années d'études après le baccalauréat. Les critères privilégiés dans le recrutement sont:

- une excellente culture générale;
- la pratique de deux langues étrangères et notamment l'anglais;
- les qualités humaines des candidats (sens des relations humaines, esprit d'initiative, mobilité et disponibilité, sens de l'accueil);
- une motivation profonde et réelle pour les métiers du tourisme et de l'hôtellerie supposant déjà une bonne connaissance des contraintes et exigences propres à ces métiers; des professionnels siégeant dans le jury de recrutement sont seuls aptes à apprécier ces qualités.

## 3. LES PROGRAMMES

Les programmes pédagogiques ont été élaborés en concertation avec la profession et sont revus chaque année en fonction des observations d'un Conseil de perfectionnement. L'organisation des enseignements en modules capitalisables favorise l'accueil d'auditeurs en formation continue. En dehors des nécessaires acquisitions techniques (gestion, droit, finances...), une large place est accordée à la pratique des langues étrangères et de la gestion des ressources humaines.

L'entreprise par le biais des stages est considérée comme un lieu privilégié d'acquisition des connaissances, du savoir-faire et du savoir-être. Chaque stage fait l'objet d'une convention entre l'Entreprise et l'Université. Les stages donnent lieu à une validation et sont pris en compte dans le cursus de formation.

Des conventions de coopération sont passées avec des organisations professionnelles ou des chaînes hôtelières (Grandes Etapes Françaises, par exemple).

Les programmes de l'année universitaire 1987—1988 sont les suivants:

**Licence**

|  |      |
|--|------|
| Approches du fait touristique                            |      |
| 1. Le système relationnel du tourisme                    | 30 H |
| 2. Economie et sociologie du tourisme                    | 40 H |
| Paysage naturel et tourisme                              | 50 H |
| Paysage social et tourisme                               | 60 H |
| Aménagement touristique                                  | 50 H |
| Marketing et gestion                                     |      |
| 1. Introduction au marketing                             | 24 H |
| 2. Gestion et comptabilité                               | 40 H |
| 3. Méthodologie des enquêtes                             | 20 H |
| Communication — sémiologie de l'image et du langage      | 60 H |
| Méthodologie du rapport de recherche                     | 20 H |
| Langues vivantes   | 40 H |
| Anglais  | 40 H |
| Allemand, espagnol ou italien                            | 40 H |
| Apprentissage de techniques                              |      |
| Informatique   | 30 H |
| Statistiques, applications graphiques et cartographiques | 40 H |
| Entreprises touristiques et insertion professionnelle    | 30 H |
| Conférences  | 30 H |

**Maîtrise**

|   |      |
|---|------|
| Approches du fait touristique                       |      |
| 1. Economie et sociologie du tourisme               | 30 H |
| 2. Art, société et tourisme                         | 20 H |
| 3. Gestion des équipements et finances locales      | 40 H |
| Paysage naturel et tourisme                         | 40 H |
| Aménagement touristique                             |      |
| 1. Les modalités du développement local             | 20 H |
| 2. L'aménagement d'espaces touristiques spécifiques | 20 H |
| 3. Le droit du tourisme                             | 20 H |
| Le droit de l'aménagement                           | 20 H |
| Marketing et gestion                                |      |
| Marketing appliqué et étude de cas                  | 20 H |
| Gestion et comptabilité                             | 40 H |
| Communication                                       |      |
| Semiologie de l'espace — langage                    | 60 H |
| Langues vivantes                                    |      |
| Anglais   | 40 H |
| Allemand, Espagnol ou Italien                       | 40 H |
| Apprentissage de techniques                         |      |
| Informatique  | 40 H |
| Projet professionnel — Recherche d'emploi           | 30 H |
| Initiation à la recherche en Tourisme               | 20 H |
| Conférences   |      |

**Première année**

|  |      |
|--|------|
| Approches du fait touristique                            |      |
| 1. Le système relationnel du tourisme                    | 30 H |
| 2. Economie et sociologie du tourisme                    | 40 H |
| Marketing et gestion                                     |      |
| 1. Introduction au marketing                             | 24 H |
| 2. Gestion et comptabilité                               | 40 H |
| 3. Méthodologie des enquêtes                             | 20 H |
| Communication  |      |
| Sémiologie de l'image et du langage                      | 60 H |
| Méthodologie du rapport de recherche                     | 20 H |
| Langues vivantes   |      |
| Anglais  | 40 H |
| Allemand, espagnol ou italien                            | 40 H |
| Apprentissage des techniques                             |      |
| Informatique   | 30 H |
| Statistiques, applications graphiques et cartographiques | 40 H |

|   |      |
|---|------|
| Entreprises touristiques et insertion professionnelle | 30 H |
| Produits et gestion de l'hôtellerie et des congrès    |      |
| Gestion humaine de l'entreprise hôtelière             | 40 H |
| Ergonomie du travail                                  | 20 H |
| Marché des congrès                                    | 40 H |
| Anglais de l'hôtellerie                               | 20 H |
| Droit de l'hôtellerie                                 | 20 H |
| Marketing de l'hôtellerie                             | 20 H |
| Conférences   | 30 H |

### Deuxième année

|   |      |
|---|------|
| Approches des faits touristiques                    |      |
| Marketing et gestion                                | 30 H |
| Marketing   | 20 H |
| Gestion et comptabilité                             | 40 H |
| Marketing hôtelier                                  | 20 H |
| Communication                                       |      |
| Sémiologie de l'espace — langage                    | 60 H |
| Langues vivantes                                    |      |
| Anglais   | 40 H |
| Allemand, Espagnol ou Italien                       | 40 H |
| Apprentissage des techniques                        |      |
| Informatique  | 40 H |
| Projet professionnel — Recherche d'emploi           |      |
| Insertion professionnelle                           | 30 H |
| Produits et gestion de l'hôtellerie et des congrès  |      |
| Relations humaines dans l'entreprise                | 30 H |
| Economie de la restauration                         | 40 H |
| Ergonomie du travail                                | 20 H |
| Comptabilité hôtelière                              | 20 H |
| Gestion du Palais des Congrès                       | 30 H |
| Techniques appliquées à l'hôtellerie et aux Congrès |      |
| Informatique de gestion                             | 30 H |
| Anglais de l'hôtellerie                             | 20 H |
| Droit International                                 | 30 H |
| Conférences   | 30 H |

### Troisième année

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| Relations humaines dans l'entreprise | 20 H |
| Techniques de gestion quantitative   | 40 H |
| Contrôle de gestion                  | 40 H |
| Problèmes internationaux             | 40 H |

|  |      |
|--|------|
| Nouvelles techniques au service des congrès<br>dans la ville | 40 H |
| Anglais  | 40 H |
| Allemand, espagnol ou italien                                | 40 H |
| Informatique de gestion                                      | 40 H |
| Séminaires de recherche                                      | 40 H |
| Conférences  | 20 H |

#### 4. CONCLUSION

L'Université d'Angers fournit aux entreprises des cadres supérieurs capables d'adapter leur savoir aux problèmes les plus variés rencontrés sur le terrain et des spécialistes maîtrisant la pratique et les techniques spécifiques aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie. Le caractère opérationnel du savoir-faire des diplômés est assuré par la présence de nombreux professionnels dans le corps professoral et par des missions de longue durée en entreprise.

prof. dr Michel Bonneau  
Études Supérieures de Tourisme  
et d'Hôtellerie  
de l'Université d'Angers  
41, Place Louis Imbach  
49100 Angers (France)

Wpłynęło:  
15 grudnia 1989

#### STRESZCZENIE

Uniwersytet w Angers, począwszy od 1972 r. prowadzi wiele kierunków wyższego szczebla nauczania, które kończą się dyplomem na poziomie krajowym (licence, maîtrise, MST, DESS). W 1982 r. w uczelni tej utworzono wyższy cykl kształcenia w zakresie turystyki na poziomie „licence” i „maîtrise”. Kształcenie to ukierunkowane jest głównie na zagospodarowanie turystyczne, rozwój lokalny i promocję terenu. W 1986 r. Ministerstwo Edukacji Narodowej utworzyło kolejny cykl kształcenia — 3-letnie studia magisterskie przeznaczone dla osób po pierwszym cyklu kształcenia (Deng lub BTS). Studia te są bardziej zorientowane na zarządzanie i nadzór w przedsiębiorstwach hotelowych, kongresy i turystykę handlową. Tak więc Uniwersytet w Angers jest jedynym uniwersytetem francuskim przyznającym dyplomy z turystyki i hotelarstwa sankcjonujące 5-letnie studia wyższe po maturze.

Organizacja studiów i praktyk pedagogicznych oparta jest na pięciu zasadach:

— Wielodyscyplinarność, która pozwala pojmować turystykę, hotelarstwo i wypoczynek w całej ich kompleksowości.

— Przemienność między Uniwersytetem a przedsiębiorstwem, tj. między okresami wykładów i ćwiczeń a okresami praktyk w terenie lub w przedsiębiorstwie. Z za-

sadą tą wiąże się długi staż (4- i 6-miesięczny), który studenci odbywają w instytucjach i przedsiębiorstwach turystycznych.

— Praca w grupach, która wykształca odpowiedzialność, zachęca do inicjatyw, pozwala lepiej waloryzować nabyte wcześniej doświadczenia.

— Zasada kontaktów międzynarodowych — wykłady zagranicznych profesorów, obecność studentów zagranicznych, odbywanie stażu poza granicami Francji. Zobowiązują do tego istniejące umowy o bezpośredniej współpracy z Polską, Kanadą, Wielką Brytanią, Hiszpanią.

— Związek między nauczaniem a badaniami podstawowymi.

Na każdym poziomie kształcenia liczba miejsc jest ograniczona do 30. Rekrutacja — wśród kandydatów posiadających dyplom ukończenia 2-letnich studiów po maturze — odbywa się na podstawie analizy złożonych dokumentów, prac pisemnych oraz rozmów kwalifikacyjnych. Dodatkowymi kryteriami są m. in. — bardzo dobra kultura ogólna kandydata, znajomość 2 języków — przede wszystkim angielskiego, motywacje studiowania.

Programy pedagogiczne są opracowywane pod kątem przyszłych zawodów i są każdego roku doskonalone. Oprócz przedmiotów „czysto” zawodowych (zarządzanie, prawo, finanse) wiele miejsca przeznaczają się na praktyczną znajomość języków obcych. Duże znaczenie przywiązuje się do stażu w przedsiębiorstwach. Studenci zdobywają tam praktyczną wiedzę, umiejętność postępowania i umiejętność bycia.

Uniwersytet w Angers przygotowuje dla instytucji i przedsiębiorstw turystycznych kadry wyższe, zdolne do praktycznego zaadaptowania wiedzy zdobytej w czasie studiów. W gronie nauczających obecni są liczni zawodowcy posiadający długoletnią praktykę w przedsiębiorstwach turystycznych.

W artykule autor zamieszcza programy pedagogiczne dla 3 stopni kształcenia (licence, maîtrise, 3-letnie studia magisterskie), obowiązujące w roku akademickim 1987/1988.

Streszczenie opracowała Elżbieta Dziegieć

## SUMMARY

Starting from 1972 The University of Angers has been offering many specializations leading to diplomas at the national level (licence, maîtrise, MST, DESS). In 1982, this University offered for the first time a cycle of academic courses in the field of tourism at the levels of „licence” and „maîtrise”. These courses are mainly oriented at development of tourism, development of particular regions and their promotion. In 1986, The Ministry of National Education introduced the next cycle of academic courses, i.e. 3-year M.A. courses for graduates of the first education cycle (Deug or BTS). These courses offer a greater specialization in management of hotel companies, congresses and commercial tourism. Thus The University of Angers is the only French university granting diplomas in tourism and hotel business after five-year academic studies following completion of secondary schools.

The organization of academic programmes and pedagogical traineeships is based on five principles:

— Multi-disciplinary approach allowing to approach tourism, hotel business and recreation in all their complexity.

— Alternation between the University and companies, i.e. between periods of

lectures and seminars and periods of traineeship in companies. This principle involves a long practical traineeship (of 4- and 6-month) in tourist institutions and companies.

— Group work developing sense of responsibility, releasing initiatives, and allowing to evaluate better the experience obtained earlier.

— International contacts — lectures given by foreign professors, presence of foreign students, traineeships abroad. It is possible owing to agreements on direct cooperation concluded with Poland, Canada, Great Britain, Spain.

— Relationships between teaching and primary researches.

At each level of teaching the number of places is restricted to 30. The recruiting of students among candidates having diplomas of two-year studies after completing secondary schools is done on the basis of an analysis of submitted documents, written essays and interviews. Additional criteria include, among others, a very good general culture of a candidate, mastery of two foreign languages — the main one being English, and motivations for studying.

Teaching programmes are elaborated with a view to future professional careers of graduates and they are updated every year. Besides „purely“ career-oriented subjects (management, law, finance), a lot of attention is paid to practical command of foreign languages and practical training in companies, where students acquire practical skills.

The University of Angers prepares for tourist institutions and companies graduates able to adapt knowledge obtained in the course of their academic studies to practical requirements. Among its faculty members are practitioners with rich experience in tourist companies.

In the article, the author has included teaching programmes for three levels of education (licence, maitrise, and 3-year M.A. courses) for the academic year 1987--1988.

Translated by Leszek Podbielski