BTS Ventes et Productions Touristiques

BTS
Ventes et Productions Touristiques

Diplôme délivré par l'Education Nationale

"Une formation nouvelle adaptée aux besoins d'une profession en pleine évolution"

Cette formation s'adresse aux titulaires d'un baccalauréat général (ES, L ou S) ou technologique (STT ACC), d'un bon niveau de culture générale (intérêt pour la géographie), ainsi que d'une bonne maîtrise de deux langues étrangères, dont l'anglais.

La France est la première destination touristique au monde. Le tourisme y connaît un essor sans précédent, amplifié par l'évolution de la consommation de loisirs qui résulte des RTT. Les entreprises qui assurent la production et la commercialisation de produits touristiques sont en constantes recherche de collaborateurs efficaces capables de maîtriser leurs outils (systèmes de réservation automatisés) et d'employer les techniques de vente adaptées au tourisme et à la vente de services.
Ce BTS offre des débouchés dans de nombreuses structures : agences de voyages, organismes institutionnels, voyagistes, compagnies de transport, croisiéristes, loueurs de voitures, sociétés d'assistance touristique.

En début de carrière, vous serez " en première ligne ", directement au contact du client : attaché commercial, agent de comptoir,...Par la suite, vous pourrez évoluer vers d'autres fonctions : Chargé de voyage au sein d'une entreprise, responsable d'agence, forfaitiste, responsable commercial...

Pour réussir dans cette formation, il vous faut posséder des qualités de vendeur, disposer d'une excellente présentation, allier rigueur et méthode avec le goût des contacts humains et, bien sûr, parler l'anglais, langue du tourisme par excellence.

Qualités personnelles requises

Autonomie
Sens du service et de l'accueil
Sens de l'écoute des besoins du client
Maîtrise de 2 langues étrangères (dont l'anglais)
Rigueur et adaptabilité

Perspectives professionnelles

Agent commercial/de vente/conseiller de voyages
Chargé de voyages
Télévendeur de productions touristiques
Négociateur de prestations et services touristiques

Référentiel d'examen	Mode	Durée	Coefficient
Français	Ecrit	4 h	3
Langue Vivante 1	Ecrit	1h30	1,5
Langue Vivante 2	Ecrit	1h30	1,5
Géographie et histoire des civilisations	Ecrit	4 h	3
Economie, droit appliqué au tourisme	Ecrit	4 h	3
Etude des marchés et produits touristiques	Ecrit	5 h	3
Conduite et présentation d'actions professionnelles :			
Entretien relatif à la pratique d'actions professionnelles	Oral	45 mn	3
Pratique de la vente assistée par la tourismatique	Oral	45 mn	3
Epreuve facultative			
Langue Vivante 3	Oral	20 min	1
Soutenance d'un projet touristique	Oral	30 min	1

Conditions d'admission

Etre titulaire du BAC, et avoir satisfait à l'étude du dossier scolaire et aux épreuves de sélection. Ces épreuves ont pour objectif de valider le niveau de formation et de vérifier que le candidat dispose des qualités de base requises. Certains non titulaires du BAC peuvent éventuellement être admis à l'IFC, après étude de leur dossier.

Rythme de l'Alternance

Formation diplômante sur 2 années scolaires.
En alternance, rythme de 2 jours en formation et 3 jours en entreprise ou en cycle classique avec la formule DECLIC.
Durant la scolarité, six semaines pleines, en moyenne, à l'IFC sont consacrées aux examens blancs et aux dernières révisions d'avant examen.

PROGRAMME DETAILLE
BTS VENTES ET PRODUCTIONS TOURISTIQUES

Géographie

les bases : mise en place des notions requises
- Les objets touristiques
- Vocabulaire de la description et de l'analyse de l'espace
- Les outils de la représentation de l'espace

Analyser les différents types d'espaces touristiques
- Modèles définis à partir de l'histoire du tourisme
- Estimation de la valeur touristique d'un espace

Connaissance et analyse de la géographie du tourisme
- Espaces touristiques mondiaux
- Les aspects thématiques
- Prise en compte des réalités territoriales
- Les incontournables
- Les destinations nouvelles

Culture et Expression française

- Maîtrise de techniques d'expression écrite et orale
- Aptitude à l'analyse et à la synthèse
- Résumé de textes, exposés oraux

Langues Vivantes

(2 minimum dont l'anglais obligatoire)
- Acquisition des compétences fondamentales de compréhension et d'expression à l'oral
- Connaissances spécifiques en relation avec le tourisme réceptif
- Exploitation de documents de toute nature représentatifs de la civilisation et de la vie quotidienne du pays étranger

Environnement économique

Les fonctions économiques
- La production touristique
- La consommation touristique

La régulation et l'orientation de l'activité économique
- La régulation par le marché
- La régulation par les pouvoirs publics

Les relations économiques internationales

Environnement et organisation juridique

Le cadre juridique de l'activité économique
- Le cadre institutionnel, les sources du droit

L'activité économique et les mécanismes juridiques
- Les actes et faits juridiques, les contrats
- La planification du développement touristique

Les organisations de l'activité touristique
- L'entreprise commerciale, les associations
- L'encadrement des activités touristiques

Les relations de travail dans l'entreprise
- Les relations individuelles et collectives de travail

Les relations juridiques de l'entreprise
- La protection du consommateur

Mercatique et Productions Touristiques

Connaissance du marché
- Analyse de l'offre et étude de la demande

Stratégies d'entreprise et actions sur les produits et prix
- Ciblage de clientèle
- Stratégie et marchéage
- Actions en matière de produits et prix

Inventaire des ressources
- Services et équipements liés au transport
- Hébergements
- Prestations complémentaires

Négociation d'achat
- Techniques de communication
- Prospection des fournisseurs, entretien d'achat

Montage de produit
- Conception du programme de voyage
- Coûts, marges, prix de vente et seuil de rentabilité
- Préparation de l'offre

Management des organisations

Une structure en situation d'agir, en action et vivante
- Un groupement humain, une entité, une culture
- La prise de décision, choix stratégiques
- Choix opérationnels : domaine financier, comptable, mercatique, de la production et ressources humaines

Le management de l'information :
- L'information stratégique, et son traitement

Commercialisation de produits touristiques

Actions en matière de distribution et de communication
- Distribution, communication
- Animation commerciale du point de vente

La vente
- Différentes formes de vente
- Techniques de communication appliquées à la vente
- Entretien de vente assistée par la tourismatique
- Concrétisation et suivi de la vente
- Organisation du point de vente
- Force de vente

Suivi de la clientèle
- Gestion des litiges et des réclamations
- Fidélisation

Optimisation de l'activité du point de vente
- Démarche qualité
- Suivi des comptes fournisseurs
- Suivi du tableau de bord
- Coûts, résultats
- Gestion prévisionnelle

Actions professionnelles

- Acquisition des savoirs et savoir faire dans le cadre des missions à caractère professionnel
- Présentation d'un dossier à l'oral comportant les fiches descriptives des actions touristiques
- Evaluation des compétences de communication en langue vivante 2 durant cette épreuve

IFC CEVENNES 04 66 30 40 92 ales@ifc.fr

IFC PROVENCE 04 90 14 15 90 avignon@ifc.fr

IFC MEDITERRANEE 04 91 32 19 29 marseille@ifc.fr

IFC LANGUEDOC 04 67 65 50 85 montpellier@ifc.fr

IFC GARD 04 66 29 74 26 nimes@ifc.fr

IFC ROUSSILLON 04 68 67 42 89 perpignan@ifc.fr

www.ifc.fr