
Etude de cas n°2 – FERRANDI Paris
« MSc – Master of Science in Hospitality Management »

1. Présentation de FERRANDI Paris

Grande école hôtelière et membre de la Conférence des grandes écoles (CGE), FERRANDI Paris est un établissement d'enseignement supérieur privé à but non lucratif, créé il y a plus de 100 ans par la Chambre de commerce de Paris Ile-de-France. Référence internationale dans les domaines de la gastronomie et du management hôtelier, elle forme l'élite des professionnels qui façonnent l'art de vivre à la française.

Membre du Conseil interministériel du Tourisme, du Comité Stratégique d'Atout France et de la Conférence d'excellence du Tourisme, l'école attire chaque année des étudiants du monde entier : 2500 étudiants, 2000 adultes en perfectionnement ou en reconversion professionnelle.

Surnommée par la presse « le Harvard de la gastronomie », FERRANDI Paris est avant tout une grande école hôtelière française réunissant tous les savoir-faire de l'hôtellerie et de la restauration. Que ce soit sur son campus historique de Paris au cœur de Saint-Germain-des-Prés, à Saint-Gratien, à Bordeaux, à Rennes ou à Dijon, elle est la seule école en France à proposer plus de 30 formations gastronomie et l'hôtellerie (restauration, arts de la table, boulangerie, pâtisserie, chocolaterie, sommellerie et management hôtelier), du CAP au Master of Science (bac +5), sans oublier les programmes internationaux, affichant fièrement un taux de réussite aux examens de 98 %, le plus élevé en France pour les diplômés du secteur.

Créée il y a plus de 100 ans par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Ile-de-France, son nom est associé à plusieurs générations de chefs et d'entrepreneurs qui se sont distingués par leur signature culinaire et leurs talents d'innovateurs. Reconnue pour déployer l'excellence en tous lieux et à tout moment, l'école développe une pédagogie axée sur la maîtrise des fondamentaux, la capacité à innover, l'acquisition de compétences managériales et entrepreneuriales, ainsi que la pratique en situation réelle.

FERRANDI Paris forme l'élite de la gastronomie et du management hôtelier, acteurs du renouveau, en France et à l'international.

2. Contexte

CAS : Augmenter la **notoriété et la génération de leads** pour la **formation « MSc – Master of Science in Hospitality Management »**, pour une cible **France & Internationale**

Site web FR : [Master of Science in Hospitality Management - Ferrandi Paris](#)

Site web EN : [Master of Science in Hospitality Management - Ferrandi Paris](#)

Le MSc-Master of Science in Hospitality Management de FERRANDI Paris, accrédité par la Conférence des grandes écoles, forme les futurs leaders de l'hôtellerie sur des postes de management ou de spécialistes experts.

Ce diplôme est délivré en partenariat avec l'ESCP Business School.

- Tarif
 - M1 : 13 900€
 - M2 : 15 000€ en poursuite d'études de M1 ou 20 000€ pour une entrée directe en M2
- Durée : 2 ans (si entrée en M1) // 1 an (si entrée directe en M2)
- Type de diplôme : Master of Science (MSc – Master Of Science)
- Campus : Paris, Bordeaux, Rennes
- Rentrées : 2 rentrées possibles en janvier et en septembre
- Pré-requis
 - Entrée en 1ère année (M1) : BAC + 3 (180 ECTS) ou BAC + 2 (120 ECTS) avec une expérience professionnelle de 2 à 5 ans dans le domaine de l'hôtellerie restauration
 - Entrée directe en 2ème année (M2) : Bac +4 (240 ECTS)

Les profils intégrant le MSc sont très variés. L'admission en MSc ne requiert pas obligatoirement un diplôme dans l'hospitality (60% des étudiants de MSc sont issus d'études générales : écoles de management, licences éco-gestion, langues, commerce international...). Ceci est valable pour les entrées en M1, mais aussi pour les admissions directes en M2 (2 semaines de mise à niveau sont prévues à cet effet).

- Rythme de la formation

M1

- 1ier semestre de cours : Campus FERRANDI Paris
- 2ème semestre de cours : échange académique au sein d'une école partenaire en zone Europe, Asie ou Amérique du Nord + stage optionnel de 2 mois

M2

- 1ier semestre de cours : Campus FERRANDI Paris
- 2ème semestre : stage de 4 à 6 mois (en France ou à l'international) + mémoire de recherche académique
- 2 cursus possibles : Anglophone (1ère et 2ème années en anglais) ou Bilingue (1ère année en français et 2ème année en anglais)

- Objectifs pédagogiques
 - Elaborer un plan stratégique à moyen et long terme
 - Définir la politique et les modalités d'organisation d'un établissement
 - Piloter la performance économique et financière d'une business unit
 - Comprendre les enjeux internationaux et savoir les intégrer dans une stratégie
 - Concevoir de nouvelles offres en intégrant la digitalisation
 - Mettre en œuvre un mode de management
- Perspectives professionnelles : Le ou la titulaire du diplôme peut exercer les métiers suivants dans le secteur hôtelier :
 - Direction Générale & Direction d'unités (directeur / directrice d'hôtel, directeur / directrice des opérations, d'exploitation, ...)
 - Management de Projets et Développement (directeur / directrice du développement stratégique, consultant en Hôtellerie Restauration et Tourisme, cabinet conseil, audit, RH)
 - Direction Marketing & E-Business (directeur/ directrice marketing & digital, ...)
 - Direction Financière (directeur / directrice de gestion du parc immobilier, du contrôle de gestion, directeur / directrice administratif et financier)
 - Il ou elle peut travailler en France ou à l'international

Les savoir-faire en hospitality management sont très recherchés dans d'autres secteurs d'activités (luxe, immobilier, communication...)

Objectif de recrutement : 70 places en septembre (recrutement France & International)

3. Attendus de l'agence et du plan média

Notoriété et visibilité :

- Être identifié comme une des grandes écoles culinaires et de management hôtelier de référence pour les formations en Hospitality Management
- Faire connaître cette formation, auprès de cibles françaises et internationales (=> Convaincre les prospects internationaux de faire le choix de la France et Paris pour se former, et de l'école FERRANDI Paris)

Positionnement :

- Mettre en avant les atouts de la formation par rapport à la concurrence

Acquisition de leads (France & International) :

- Générer des leads qualifiés pour assurer le taux de remplissage attendu pour cette formation
- Ciblage prioritaires à l'International : USA, Canada, Chine, Corée, Taïwan, Philippines, Brésil

Mesure et Optimisation des performances

4. Budget

Le budget estimé sur l'exercice annuel est de 25 000 € TTC