Tourisme récepteur et aspect marketing

UE 22

Enseignant(s) responsable de l'UE : Kathy VOITURON
Autres enseignant·e·s de l'UE : Valérie CROEISAERDT

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	TOU21TORAM
Nombre de crédits ECTS	4 (facteur de pondération)
Volume horaire	45 h (Q1 45 / Q2 0)
Période de l'année	Quadrimestre 1
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
TO21AGRE L'agence réceptive	30	3	OUI
TO21MARK Marketing	15	1	OUI

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE01** HE. 1. crée, budgétise et promeut un produit touristique original, seul ou en équipe, en identifiant les attentes et les besoins d'une clientèle spécifique et ce ayant préalablement analysé l'offre et la demande touristique
- **HE06** HE. 6. S'approprie les potentialités des logiciels et des outils de gestion nécessaires à son activité professionnelle
- **HE07** HE. 7. Planifie, gère et coordonne et anime une activité touristique dans un contexte multilingue
- **RE01.1** ARES. 1.1 Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.5** ARES. 1.5 Développer la polyvalence et proposer des solutions innovantes pour ses projets
- **RE02.3** ARES. 2.3 Présenter ou promouvoir l'information, les documents, les produits sélectionnés, tant à l'écrit qu'à l'oral, de manière rigoureuse et ciblée avec les moyens adéquats
- **RE03.3** ARES. 3.3 Concevoir, produire les documents, les produits, les projets, les actions de promotion adéquats sur les supports idoines
- **RE03.5** ARES. 3.5 Choisir et utiliser les technologies de l'information et de la communication
- **RE05.4** ARES. 5.4 Gérer les priorités, anticiper

Autres connaissances ou compétences prérequises

L'agence réceptive

UE 6 AA Gestion des loisirs UE 20 Tourisme d'affaires et de loisirs

Marketing

N/C

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

L'agence réceptive

Objectifs

A partir de travaux de recherche, sur une destination imposée, l'étudiant devra se familiariser à l'organisation du tourisme réceptif. Il devra être capable d'analyser et de maîtriser le potentiel touristique de la destination. En tant qu'agence réceptive (Destination Management Company), il créera une excursion touristique (transport, hébergement et activités) destinée à être proposée à un TO ou une AV. Il réalisera un dossier professionnel et une présentation commerciale destinés aux TO ou AV qui mettra en avant la destination et les aspects touristiques de sa destination au travers de son excursion.

Contenu
1. Choix de la destination : Quelle est le potentiel touristique de la destination ? 2. Conception du produit touristique : Quels sont les acteurs/prestataires de la destination ? Comment les sélectionner/agencer ? 3. La présentation commerciale du produit : Quels outils pour vendre au mieux le produit ?

Marketing

Objectifs
Pouvoir réaliser un plan marketing pour un projet de tourisme réceptif
Contenu
Démarche SCP
Analyse de l'environnement (matrices PESTEL & SWOT, Forces de Porter)
Marketing Mix
Étude de marché

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

L'agence réceptive

Travaux dirigés

Marketing

Cours magistral
Réalisation de travaux de groupes

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

L'agence réceptive

- Analyser les composantes touristique d'une destination ; - Créer un produit touristique - Sélectionner des prestataires de services permettant de mettre en avant les atouts de la destination - Se positionner comme agence réceptive (Destination Management Company) proposant un produit touristique à des Tour Opérateurs/Agence de voyages

Marketing

Avoir assimilé la démarche SCP, le Marketing Mix et le communication Mix

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Marketing :	Ce support de cours est	—

Power Point	disponible sur le campus numérique	

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Marketing : Cours magistral, vidéos explicatives, slides de l'enseignant	—	—
L'agence réceptive : Articles Ouvrages Sites Internet	distribué au cours	—
L'agence réceptive :	—	—

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage.

Méthode d'intégration :

- Si aucune des notes des différentes AA qui composent l'UE ne se situe en deçà de 8/20, c'est la technique de la moyenne arithmétique pondérée qui est appliquée.
- Si la note d'une ou plusieurs AA composant une UE se situe en deçà de 8/20, la note finale de l'UE correspondra à la plus mauvaise des notes reçues.

Janvier			
L'agence réceptive — méthode d'intégration : 100 %			
Évaluation continue	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : —
Les consignes quant à la rédaction des travaux et les aspects évalués pour cette UE seront communiqués au fur et à mesure des séances de travaux dirigés. Ce cours est à présence obligatoire. Un total de plus de 25% d'absence au cours, justifiée ou non, entraîne automatiquement la note de zéro pour ce cours. Chaque étudiant·e doit signer la fiche de présence au début de chaque cours. Au-delà de 15 minutes de retard ou en cas de départ anticipé, l'enseignant·e pourra décider de ne pas comptabiliser la présence de l'étudiant·e. Toutes les évaluations écrites et orales sont obligatoires. Les dates des évaluations seront communiquées aux étudiants au fur et à mesure de l 'évolution de leurs travaux dirigés. Toute absence entraine un zéro pour cette évaluation. L'étudiant·e est tenu·e de justifier toute absence par un certificat médical ou tout document attestant d'une cause de force majeure dont la légitimité est appréciée par l'enseignant·e. Ce document est à envoyer par e-mail à partir de l'adresse institutionnelle de l'étudiant·e au secrétariat des étudiant·e·s ET à l'enseignant·e dans les deux jours ouvrés avec mention du cours et de l'année. L'original du certificat médical est à remettre au secrétariat des étudiant·e·s. La participation active au cours fait partie intégrante de l'évaluation. Les différentes parties de l'évaluation ne sont pas dispensatoires. Cette activité est remédiable en deuxième session.			
Marketing — méthode d'intégration : 30 %			
Travaux hors session	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé

Août			
L'agence réceptive — méthode d'intégration : 100 %			
Travaux durant la session	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : —
Le travail de récupération devra être envoyé par email au plus tard 12h le premier jour de la session			
Marketing — méthode d'intégration : 30 %			
Travaux durant la session	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé