Tourisme récepteur et aspect marketing

UE 23

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 de Bruxelles, Avenue Émile Gryson 1 (bât. 4C), 1070 Bruxelles
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
TO21MARK Marketing	13	1	OUI
TO21AGRE L'agence réceptive	26	3	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

Marketing

N/C

L'agence réceptive

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

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Marketing

Objectifs

Acquérir les bases du marketing et comprendre ses spécificités dans le secteur du tourisme et des loisirs.

Analyser un marché touristique et concevoir une offre adaptée, en mobilisant des outils simples de diagnostic et le marketing mix.

Élaborer un mini plan marketing appliqué à un projet de tourisme réceptif, incluant la communication et la mise en valeur de l'expérience proposée.

Contenu

Bases du marketing : définitions, rôle, spécificités du marketing des services et du tourisme.

Compréhension du marché : besoins et comportements des touristes, segmentation, ciblage et positionnement.

Analyse de la destination : atouts touristiques, acteurs locaux, diagnostic simple (SWOT, PESTEL).

Conception de l'offre : produit touristique, proposition de valeur, introduction au marketing mix (4P/7P).

Communication et promotion : outils de vente, supports numériques, storytelling.

Mise en pratique : élaboration d'un plan marketing appliqué au projet de tourisme réceptif.

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 ?

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Marketing

Le cours combine un enseignement théorique (exposés, PowerPoints) et des applications pratiques (exercices, études de cas). L'approche associe transmission des concepts et participation active des étudiants, avec recours à la méthode déductive pour faciliter l'assimilation.

L'agence réceptive

Travaux dirigés

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

Marketing

Expliquer les notions fondamentales du marketing et leurs spécificités dans le secteur du tourisme et des loisirs.

Analyser un marché touristique en identifiant les clientèles cibles et en réalisant un diagnostic simple (SWOT, PESTEL).

Concevoir une offre touristique cohérente et en définir la proposition de valeur à l'aide du marketing mix (4P/7P).

Élaborer et présenter un mini plan marketing appliqué à un projet de tourisme réceptif, incluant les outils de communication et de promotion adaptés.

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

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Marketing : Power Point	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

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

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			
Marketing — méthode d'intégration : 100 %			
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
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.

Août			
Marketing — méthode d'intégration : 100 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
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