Meeting industry and incentives

UE 18

Enseignant(s) responsable de l'UE : Janine GHOSSOUB
Autres enseignant·e·s de l'UE : Martine LOUCKX

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	RPU21MIAI
Nombre de crédits ECTS	4 (facteur de pondération)
Volume horaire	60 h (Q1 60 / 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
RP21GTOU Géographie touristique	15	1	NON
RP21MIAI Meeting industry and incentives	45	3	NON

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

- **HE02** HE. 2. Le bachelier identifie ses forces et faiblesses et intègre l'absolue nécessité de formation continue comme corollaire à son développement professionnel.
- **HE07** HE. 7. Au terme de la formation, sur la base d'un audit, le bachelier de RP élabore une stratégie de communication dans le cadre d'une situation prédéfinie en vue d'établir et de promouvoir l'image d'une organisation, en adéquation avec les objectifs poursuivis.
- **HE11** HE. 11. En fin de formation, le bachelier fonctionne au sein d'une équipe, ce qui implique l'anticipation et la gestion des problèmes interpersonnels ainsi que la motivation des collaborateurs.
- **RE01.3** ARES. 1.3 Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques
- **RE02.1** ARES. 2.1 Pratiquer l'écoute avec empathie.
- **RE02.2** ARES. 2.2 Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission.
- **RE02.3** ARES. 2.3 Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations.
- **RE04** ARES. 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission dans une démarche systémique
- **RE04.1** ARES. 4.1 Assurer la cohérence de l' « image d'entreprise ».
- **RE05.3** ARES. 5.3 Planifier et coordonner les projets et les tâches, fixer les priorités, veiller au suivi opérationnel des actions programmées.

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Géographie touristique

Objectifs
Intégration d'aspects géographiques (physique et humaine) dans les opérations communicationnelles et événementielles en partant du cas de la région bruxelloise (région fédérale et agglomération morphologique).
Contenu
- Espace géographique de l'agglomération bruxelloise (aspects physiques et humains)
- Localisation des lieux événementiels dans leur contexte urbanistique et sur un fond de carte du Pentagone et des 19 communes de Bruxelles-Capitale
- Visualisation des sites présentés au cours.
- Marketing urbain

Meeting industry and incentives

Objectifs

- Retracer l'organisation et le fonctionnement du secteur des événements;
- Reconnaitre les intervenants du domaine événementiel;
- Comprendre la notion de planification;
- Analyser les facteurs clés de succès;

Contenu

1. Introduction au secteur MICE
2. Types d'événements MICE
3. Acteurs du secteur MICE
4. Lieux MICE
5. Planification et conceptions d'événements MICE
6. Gestion des participants et du contenu
7. Evaluation et mesure du succès
8. Facteurs clés de succès

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Géographie touristique

Cours magistraux illustrés à l'aide de supports audio-visuels. Analyse de documents en petits groupes. Lecture et analyse de cartes actuelles et anciennes, de profils topographiques, de documents iconographiques et d'images géographiques diverses.

Meeting industry and incentives

Méthode d'apprentissage à l'aide d'un cours élaboré pour des 2RP. Cours déposé sur le campus numérique. Articles vus avec les étudiants, exposés et discussions autour du secteur MICE.

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

Géographie touristique

- Connaissance des lieux touristiques et événementiels dans leur contexte d'urbanisation -Localisation des lieux touristiques sur un fond de carte de la région bruxelloise - Lecture d'un profil topographique - Lecture et orientation de cartes anciennes -Lecture et analyse d'images géographiques - Création d'itinéraires valorisant le patrimoine et le paysage touristique en justifiant des points d'arrêt.

Meeting industry and incentives

- Retracer l'organisation et le fonctionnement du secteur des événements;
- Reconnaitre les intervenants du domaine événementiel;
- Comprendre la notion de planification;
- Analyser les facteurs clés de succès;

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Géographie touristique : Syllabus campus numérique	sur le campus numérique	—
Géographie touristique : montage ppw utilisé au cours	sur le campus numérique	—
Meeting industry and incentives : Syllabus de cours déposé sur le campus numérique	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Géographie touristique : Vandermotten Christian, Bruxelles, une lecture de la ville, UBlire, Éditions de l'Université de Bruxelles, 2014, p.119 – 179.	sur internet	Lien
Géographie touristique : Urbanisation de Bruxelles - Regards sur le développement urbain de Bruxelles, Musée de la Ville de Bruxelles, Service éducatif et culturel, 124p. - Danielle LEENAERTS, « Les représentations photographiques de Bruxelles au tournant des 19ème et 20ème siècles : de la documentation à l'expression artistique. », Brussels Studies, Numéro 57, 5 mars 2012, www.brusselsstudies.be. Géographie sociale -Atlas de la santé et du social de Bruxelles-Capitale, 2006, Bruxelles, Observatoire de la Santé et du Social – Commission communautaire commune, 148. - Deboosere, T. Eggerickx, E. Van Hecke, B. Wayens, "Citizens' forum of Brussel. The population of Brussels: a demographic overview ",Brussels Studies, Synopsis nr. 3, 12 january 2009 (corr. 17 March 2009). - Chr. Kesteloot, M. Loopmans, "Citizens' forum of Brussels. Social inequalities",Brussels Studies, Synopsis nr. 16, 3 March 2009. Lieux touristiques et événementiels Observatoire du Tourisme à Bruxelles, rapport annuel, 2009, 12e édition, 60p. Statistiques et cartographie Brugis : Géoportail de la région bruxelloise Monitoring des quartiers : www.monitoringdesquartiers.brussels iBSA : www.ibsa.brussels	sur internet	Lien

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			
Géographie touristique — méthode d'intégration : 100 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre fermé
Meeting industry and incentives — méthode d'intégration : 100 %			
Évaluation continue	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : —
Les consignes seront disponibles sur l'ecampus.			

Août			
Géographie touristique — méthode d'intégration : 100 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre fermé
Meeting industry and incentives — méthode d'intégration : 100 %			
Évaluation continue	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : —
Les travaux seront à me remettre sur mon mail. Les consignes seront disponibles sur l’ecampus			