Marketing I

UE 14

Enseignant(s) responsable de l'UE : Kathy VOITURON

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	GHU12MARK
Nombre de crédits ECTS	1 (facteur de pondération)
Volume horaire	15 h (Q1 0 / Q2 15)
Période de l'année	Quadrimestre 2
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 épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
GH12MARK Marketing hôtelier	15	1	NON

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

- **HE05** HE. 5. agit conformément aux pratiques et usages professionnels, ainsi qu'aux impératifs éthiques et déontologiques du métier.
- **HE08** HE. 8. développe l'approche analytique critique et réflexive d'un problème concret et identifie les solutions à mettre en place.
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **RE01.4** ARES. 1.4 Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles
- **RE02.1** ARES. 2.1 Répondre aux attentes et anticiper les besoins de la clientèle actuelle et potentielle
- **RE02.3** ARES. 2.3 Présenter et défendre les données et rapports d'activités relatifs à la situation de l'entreprise
- **RE02.8** ARES. 2.8 Utiliser les outils de création et de communication adaptés aux objectifs et interlocuteurs
- **RE04.1** ARES. 4.1 Décrypter et anticiper les évolutions du marché hôtelier et de la restauration et les attentes des clients

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Marketing hôtelier

Objectifs
Sensibiliser l'étudiant sur la réalité des marchés. et plus particulièrement celui de l'hôtellerie, l'étude de ceux-ci, l'approche stratégique et l'approche opérationnel du marketing.

Contenu
Définition du marketing, typologie des marchés, études de marché, les 7 "P" du marketing des services, marketing holistique, planification stratégique. Etude de cas hôtelier.

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Marketing hôtelier

cours oral magistral, exemples typiques des effets du marketing sur un couple produit/marché dans un cas réel ,syllabus, documents thématiques.

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

Marketing hôtelier

Gérer les notions de bases du marketing ,

application à l''hôtellerie Déterminer les 7 P

Approche hollistique, stratégique et opérationnelle du secteur hôtelier.
Analyse OTA Analyser un produit/service sur base des notions vues

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Marketing hôtelier : Syllabus	sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Marketing hôtelier : Kotler , Bowen, Marketing du tourisme et de l'accueil, Pearson	—	—
Marketing hôtelier : KOTLER, KELLER , MANCEAU, >Marketing Management , Pearson	—	—
Marketing hôtelier : Sylvie Jean et all, Introduction au marketing , Pearson	—	—

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

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Juin			
Ensemble de l'UE			
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			
Ensemble de l'UE			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé