Marketing hôtelier

UE 23

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

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	GHU21MARKH
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	13 h (Q1 13 / 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 épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
GH21MARKH Marketing hôtelier	13	2	NON

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

- **HE01** HE. 1. organise, au sein de l'entreprise, la collecte des informations et leur traitement dans une perspective d'analyse marketing, comptable, financière et juridique tout en s'appropriant les logiciels et des outils de gestion adéquats.
- **HE02** HE. 2. identifie ses forces et ses faiblesses et met en œuvre une démarche autonome d'enrichissement de ses capacités.
- **HE03** HE. 3. assure au sein d'un environnement généralement pluriculturel et multilingue, une communication appropriée, claire et structurée, fondée sur une écoute active et empathique des attentes et des plaintes de la clientèle et une anticipation de ses besoins.
- **HE04** HE. 4. fonctionne au sein d'une équipe, et/ou gère celle-ci ce qui implique l'écoute, l'anticipation et la gestion des problèmes interpersonnels ainsi que la motivation des collaborateurs.
- **HE05** HE. 5. agit conformément aux pratiques et usages professionnels, ainsi qu'aux impératifs éthiques et déontologiques du métier.
- **HE06** HE. 6. identifie les besoins de l'entreprise HORECA et de son environnement en tenant compte de la législation et des normes afférentes à son activité HORECA et du développement durable.
- **HE07** HE. 7. comprend la culture de l'entreprise dans laquelle il évolue et assure la promotion de celle-ci tant auprès de ses collaborateurs, de ses clients que des acteurs institutionnels, culturels et touristiques.
- **HE08** HE. 8. développe l'approche analytique critique et réflexive d'un problème concret et identifie les solutions à mettre en place.
- **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
- **RE01.3** ARES. 1.3 Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques
- **RE01.4** ARES. 1.4 Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles
- **RE01.5** ARES. 1.5 Développer la polyvalence et l'esprit d'entreprendre afin de gérer des projets complexes, de proposer des solutions innovantes et de les accompagner
- **RE02** ARES. 2 Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe

- **RE02.1** ARES. 2.1 Répondre aux attentes et anticiper les besoins de la clientèle actuelle et potentielle
- **RE02.2** ARES. 2.2 Pratiquer l'écoute et l'empathie et fonctionner « orienté client »
- **RE02.3** ARES. 2.3 Présenter et défendre les données et rapports d'activités relatifs à la situation de l'entreprise
- **RE02.4** ARES. 2.4 Négocier avec les différents interlocuteurs
- **RE02.5** ARES. 2.5 Développer un argumentaire efficace vis à vis de ses publics afin de renforcer l'image de l'entreprise dans son environnement
- **RE02.7** ARES. 2.7 Sensibiliser les différents acteurs aux enjeux relatifs au développement durable
- **RE02.8** ARES. 2.8 Utiliser les outils de création et de communication adaptés aux objectifs et interlocuteurs
- **RE02.9** ARES. 2.9 Communiquer avec les différentes parties prenantes en langues étrangères tant à l'oral qu'à l'écrit, le cas échéant, dans un contexte multiculturel
- **RE03** ARES. 3 Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à la gestion hôtelière
- **RE03.1** ARES. 3.1 Rechercher et exploiter les sources d'informations pertinentes pour ses différentes activités
- **RE03.3** ARES. 3.3 Mettre en place et utiliser les outils de gestion comptable et financière de son entreprise
- **RE03.6** ARES. 3.6 Choisir et utiliser les méthodes, outils, techniques, produits des différents secteurs liés à l'hébergement et la restauration
- **RE04** ARES. 4 Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique
- **RE04.1** ARES. 4.1 Décrypter et anticiper les évolutions du marché hôtelier et de la restauration et les attentes des clients
- **RE04.2** ARES. 4.2 Adapter, concevoir et exploiter des indicateurs de tendances liés à son activité
- **RE04.7** ARES. 4.7 Identifier et comprendre les facteurs qui conditionnent la formation et le développement des produits hôteliers et touristiques nationaux et internationaux
- **RE05** ARES. 5 S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission
- **RE05.3** ARES. 5.3 Planifier les prévisions stratégiques de l'entreprise pour répondre aux objectifs et les mettre en œuvre

Autres connaissances ou compétences prérequises

Néant.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Marketing hôtelier

Objectifs

- Comprendre les principes fondamentaux du marketing appliqué au secteur de l'hôtellerie
- Développer une approche stratégique pour concevoir et positionner un concept hôtelier.
- Intégrer les outils du marketing dans un projet concret et collaboratif.

Contenu

- Analyse du marché hôtelier
- Création. d'un concept hôtelier et storytelling
- Tendances et innovations dans le secteur hôtelier
- comportement du consommateur hôtelier
- SCP
- Marketing mix appliqués à l'hôtrellerie
- E-Réputation
- Fidélisation et programme de loyauté
- expériences clients et marketing sensoriel
- Marketing digital en H&R
- Utilisation de revenue management dans la stratégie marketing
- Développement durable et marketing responsable , RSE
- Elaboration d'un plan marketing hôtelier

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Marketing hôtelier

Projet fil rouge : création et lancement d'un hôtel en transversalité avec l'UE "Gestion de projet"

Pédagogie inversée : lectures et recherches préparatoires, ateliers pratiques en classe et présentation projet final.

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

Marketing hôtelier

Acquis d'apprentissage – Niveau EQF 5/6

Connaissances (Knowledge)

- Maîtriser les fondamentaux du marketing appliqué au secteur hôtelier.
- Comprendre les spécificités du comportement des clients dans l'hôtellerie.
- Connaître les outils d'analyse stratégique et les leviers de différenciation dans l'offre hôtelière.

Aptitudes (Skills)

- Réaliser une étude de marché dans le secteur hôtelier (analyse de la concurrence, des tendances, des attentes clients).
- Définir un concept clair qui s'insère dans le marché hôtelier & un storytelling pertinent.
- Définir un positionnement marketing clair et cohérent pour un concept hôtelier.
- Élaborer une stratégie de communication adaptée à la cible et au positionnement.
- Concevoir un mix marketing spécifique à l'hôtellerie.
- Présenter et défendre un projet hôtelier de manière professionnelle, en mobilisant les outils du marketing.

Compétences (Competence)

- Travailler en équipe pour concevoir un projet hôtelier innovant et réaliste.
- Prendre des décisions marketing en tenant compte des contraintes économiques, environnementales et sociales.
- Adapter les outils et méthodes marketing à un contexte hôtelier réel.
- Faire preuve d'autonomie, de responsabilité et de réflexion critique dans la conduite du projet.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Toute l'UE : :Brégeon & Lemercier, ***Le grand livre du marketing culinaire*** (Dunod) Utilisation en transversalité avec différentes UE et Gestion de projet	Ce support de cours est disponible en bibliothèque	—
Toute l'UE : Syllabus et ppt	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Aucune référence complémentaire renseignée.

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

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Janvier			
Ensemble de l'UE			
Évaluation continue	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
Le temps indiqué pour l'examen est le temps effectif. Les étudiants à besoin spécifiques bénéficiant d'aménagements raisonnables auront 1/3 temps supplémentaire.			
L’évaluation du cours se déroulera selon deux modalités complémentaires : **Évaluation continue (30 %)** : elle portera sur la participation active et la qualité des travaux réalisés durant les séances pratiques, tant au cours que lors des exercices appliqués. **Épreuve écrite (70 %)** : un examen final écrit sera organisé. Il portera sur l’ensemble de la matière vue durant l’année et comportera des mises en situation et applications concrètes en lien direct avec le projet fil rouge.			
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
Le temps indiqué pour l'examen est le temps effectif. Les étudiants à besoin spécifiques bénéficiant d'aménagements raisonnables auront 1/3 temps supplémentaire.			