

Intitulé de l'UE	Communication et technologies de l'information 2.1
Section(s)	- (4 ECTS) Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 2

Responsable(s)	Heures	Période
Camille DESAUVAGE	50	Quad 1

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Animation et médiation culturelle	12.5h	Amandine VANHERPE
Communication corporate	12.5h	Camille DESAUVAGE
Gestion et animation de groupes	25h	Primaëlle LEGRAND

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
Animation et médiation culturelle : 3h de théorie, 9.5h d'exercices/laboratoires
Communication corporate : 6.5h de théorie, 6h d'exercices/laboratoires
Gestion et animation de groupes : 15h de théorie, 5h d'exercices/laboratoires, 5h de travaux

Langue d'enseignement
Animation et médiation culturelle : Français, Anglais, Néerlandais
Communication corporate : Français
Gestion et animation de groupes : Français

Connaissances et compétences préalables
Néant

Objectifs par rapport au référentiel de compétences ARES
Cette UE contribue au développement des compétences suivantes
<ul style="list-style-type: none"> • S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution <ul style="list-style-type: none"> ◦ Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles ◦ Développer la polyvalence et proposer des solutions innovantes pour ses projets • Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe <ul style="list-style-type: none"> ◦ Accueillir et informer les clients, les partenaires et les prestataires ◦ Défendre des dossiers, des projets, des produits, traiter les objections, conseiller la clientèle, négocier avec les

- différentes parties prenantes
 - 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
 - Agir comme interface dans les relations en lien avec le projet dont il a la charge
 - Pratiquer l'écoute et l'empathie, s'ouvrir aux autres cultures en tenant compte des traditions
- Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à son activité
 - Concevoir, produire les documents, les produits, les projets, les actions de promotion adéquats sur les supports idoines
 - Intégrer les procédures, les documents, les prescriptions légales et les stratégies spécifiques au secteur d'activité
 - Choisir et utiliser les technologies de l'information et de la communication
- Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique
 - Identifier les attentes, les besoins, apprécier les réactions des clients, des fournisseurs et proposer des solutions
 - Rechercher, vérifier, comparer, et exploiter les informations nécessaires et pertinentes pour chaque projet ou mission
 - Exploiter des indicateurs de tendance du marché du tourisme et des loisirs et participer à leur conception
- S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission
 - Gérer les plannings et assurer le suivi des différents projets, dossiers et actions.
 - Constituer et rendre opérationnelle la documentation professionnelle, tenir à jour, trier et organiser les sources d'information
 - Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible

Objectifs de développement durable



Éducation de qualité

Objectif 4 Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie

- 4.3 D'ici à 2030, faire en sorte que les femmes et les hommes aient tous accès dans des conditions d'égalité à un enseignement technique, professionnel ou tertiaire, y compris universitaire, de qualité et d'un coût abordable.
- 4.7 D'ici à 2030, faire en sorte que tous les élèves acquièrent les connaissances et compétences nécessaires pour promouvoir le développement durable, notamment par l'éducation en faveur du développement et de modes de vie durables, des droits de l'homme, de l'égalité des sexes, de la promotion d'une culture de paix et de non-violence, de la citoyenneté mondiale et de l'appréciation de la diversité culturelle et de la contribution de la culture au développement durable.



Travail décent et croissance économique

Objectif 8 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous

- 8.9 D'ici à 2030, élaborer et mettre en oeuvre des politiques visant à développer un tourisme durable qui crée des emplois et mette en valeur la culture et les produits locaux.



Villes et communautés durables

Objectif 11 Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables

- 11.4 Renforcer les efforts de protection et de préservation du patrimoine culturel et naturel mondial.

Acquis d'apprentissage spécifiques

Prendre en charge un groupe et répondre aux besoins spécifiques. Gérer les relations. Créer un climat de confiance
Gérer les dysfonctionnements et les imprévus.

Mettre à disposition et créer des documents pour l'information touristique sous forme papier et numérique. Mettre en place des actions de communication sur l'offre touristique.

Se vendre et vendre ses compétences dans le milieu professionnel.

Contenu de l'AA Animation et médiation culturelle

Introduction à diverses techniques de guidage avec pour objectif de mettre celles-ci en pratique lors d'un guidage (*individuel, en binôme ou de groupe*) en contexte réel. Discussion de l'importance du langage verbal et non-verbal et recherches diverses afin d'établir un itinéraire.

Quelques **objectifs** du cours :

- accueillir, animer, gérer et guider un groupe spécifique dans des contextes variables;
- interagir avec le public dans en français et/ou en langue étrangère;
- adapter la visite, procéder à des aménagement en fonction d'un public spécifique;
- créer un climat de confiance et gérer les imprévus;
- acquérir un esprit d'analyse et une réflexion critique;
- être proactif et utiliser divers supports;
- ...

Contenu de l'AA Communication corporate

- Introduction à la communication d'entreprise
- Valoriser son parcours
- Le CV: compétences et soft skills, rédiger et mettre en forme le document
- LinkedIn : création d'un profil et mise en réseau
- La lettre de motivation : règles, structure et rédaction
- Simulation d'entretiens d'embauche : la boussole, présentation, démarches,...

Contenu de l'AA Gestion et animation de groupes

L'AA vise plusieurs objectifs :

Objectifs liés au volet du groupe et de la gestion de celui-ci

- Acquérir des connaissances sur le groupe et la gestion de de celui-ci (ex. de concepts : l'influence sociale, la facilitation sociale, la paresse sociale, etc.)

Objectifs liés au volet de l'animation / de la réunion

- Acquérir des connaissances pratiques sur l'animation d'un groupe ;
- Concevoir, planifier et réaliser une animation de groupe ;
- Évaluer son propre comportement en tant qu'animateur (afin de faire des liens avec les contenus de cours).

Méthodes d'enseignement

Animation et médiation culturelle : cours magistral, travaux de groupes, approche par situation problème, approche avec TIC, activités pédagogiques extérieures

Communication corporate : cours magistral, approche déductive, approche avec TIC, étude de cas, utilisation de logiciels,

Gestion et animation de groupes : cours magistral, travaux de groupes, approche par projets, approche interactive, approche par situation problème, approche avec TIC, étude de cas

Supports

Animation et médiation culturelle : copies des présentations, notes de cours, activités sur eCampus

Communication corporate : syllabus, notes de cours, notes d'exercices, activités sur eCampus, Presse touristique professionnelle, LinkedIn

Ressources bibliographiques de l'AA Animation et médiation culturelle

Divers sites internet, revues touristiques, guides de voyage, brochures et chaînes YouTube servent également de supports tels que *Be a better Guide*, *BBC Stories*.

- RIVIERE A. & BOURLIATAUX-LAJONIE S. (2012). Le m-tourisme: une opportunité pour les destinations touristiques? Le cas des villes. Conference: International Marketing Trends Congress, ESCP - EAP.
- BOUGENIES F., LELEU-MERVIEL S. & SPARROW L. (2016). Effet captivant et apaisant de la médiation ipar tablette au musée: mesures physiologiques et motivationnelles. p.87-108 <https://journals.openedition.org/edc/6565>
- FANDRIAMBOLONA M. Cours de technique d'accueil et de guidage touristique INTH
- Fédération touristique du Luxembourg belge. Lexique Français-Néerlandais à destination des acteurs du tourisme.

Ressources bibliographiques de l'AA Communication corporate

- COURRIER Garlonne, 100 lettres de motivation 100% réussite, Paris, LEDUC.S Editions, 2008, 253 pages
- DEMONT Valérie, Ecrire un bon post Facebook, in Blog Valérie Demont, 25 avril 2015 <http://www.valeriedemont.ch/ecrire-un-bon-post-facebook/>
- HEFFINCK Stéphanie, Réseaux sociaux : bien lire avant l'utilisation, in CCI MAG – N°6 – Juin 2016, p.19-23
- HELLER Robert, Savoir communiquer (1998), Londres, MANGO PRATIQUE, 101 trucs et conseils, 1999, 72 pages.
- HIAM Alexander, Le Marketing pour les nuls, Hoboken, Editions First, 200, 372 pages.
- KINDERMANS Delphine, Porte-voix silencieux, in Weekend Le Vif, Edito, n°42, 21 octobre 2016, p5
- MAIRE DU POSET Yves, 2 minutes... pour bien se vendre, L'art de parler de soi., Paris, LEDUC.S Editions, 2008, 277 pages.
- MARTIN Jean-Claude, Le Guide de la communication. Convaincre, cela s'apprend., Hachette Livre, Poche Marabout, 1999, 464 pages.
- MEULEMAN François, Community Management. Ecrire sur les réseaux sociaux., Liège, Edi.pro, 2011, 218 pages
- MOCH Olivier, Vade-mecum de la communication externe des organisations, Liège, Edi.pro, 2013, 159 pages.

Ressources bibliographiques de l'AA Gestion et animation de groupes

Amado, G. & Guitet, A. (2017). *Dynamique de communication dans les groupes*. Malakoff : Armand Colin.

Bédard, L., Déziel, J., & Lamarche, L. (2017). *Introduction à la psychologie sociale*. Canada : Pearson.

Évaluations et pondérations

Évaluation	Évaluation avec notes aux AA
Pondérations	Animation et médiation culturelle : 25% Communication corporate : 25% Gestion et animation de groupes : 50%
Langue(s) d'évaluation	Animation et médiation culturelle : Français, Anglais, Néerlandais Communication corporate : Français Gestion et animation de groupes : Français

Méthode d'évaluation de l'AA Animation et médiation culturelle :

1e session: Micro-guidage en situation réelle 100% (*présentation orale et divers supports à remettre*)
Présence obligatoire à tous les cours que cela soit théorie ou mise en pratique.

2e session : Activité similaire à ce qui est demandé en 1e session.

Méthode d'évaluation de l'AA Communication corporate :

Travail 100%

Méthode d'évaluation de l'AA Gestion et animation de groupes :

Evauation continue en différentes phases

L'absence à une des parties / événements ou la non remise d'une des parties entraîne l'échec à l'AA

Evaluation non remédiable.

Année académique : **2023 - 2024**