

Intitulé de l'UE	Gestion commerciale d'entreprise 3.1
Section(s)	- (4 ECTS) Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 3

Responsable(s)	Heures	Période
Emilie ALTRUY Pierre CALLENS	50	Quad 1

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Marketing appliqué au tourisme	25h	Pierre CALLENS
Outils de gestion touristique III	25h	Emilie ALTRUY

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
Marketing appliqué au tourisme : 7h de théorie, 18h de travaux
Outils de gestion touristique III : 5h de théorie, 20h d'exercices/laboratoires

Langue d'enseignement
Marketing appliqué au tourisme : Français
Outils de gestion touristique III : Français

Connaissances et compétences préalables
Maîtrise des notions abordées en GEM I, GEM II (Module de B1 et B2 de Management du Tourisme et des loisirs)
Cours de Marketing vu en Blocs 1 et 2 Management du Tourisme et des Loisirs

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"> ◦ Travailler, tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise ◦ Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité ◦ Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques ◦ Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles ◦ Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente ◦ 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"> ◦ 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
- Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à son activité
 - Exploiter les potentialités des logiciels et des outils de recherche d'information et de réservation spécifiques au secteur
 - Concevoir, produire les documents, les produits, les projets, les actions de promotion adéquats sur les supports idoines
 - 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
 - Assurer la gestion commerciale et financière des activités et / ou projets, calculer et optimiser les coûts de revient et les prix de vente
 - 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
 - Constituer et rendre opérationnelle la documentation professionnelle, tenir à jour, trier et organiser les sources d'information
 - Gérer les priorités, anticiper
 - Coordonner et animer des équipes
 - Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible

Objectifs de développement durable



Consommation et production responsables

Objectif 12 Établir des modes de consommation et de production durables

- 12.b Mettre au point et utiliser des outils de contrôle des impacts sur le développement durable, pour un tourisme durable qui crée des emplois et met en valeur la culture et les produits locaux.



Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques

Objectif 13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions

- 13.3 Améliorer l'éducation, la sensibilisation et les capacités individuelles et institutionnelles en ce qui concerne l'adaptation aux changements climatiques, l'atténuation de leurs effets et la réduction de leur impact et les systèmes d'alerte rapide.



Vie terrestre

Objectif 15 Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité

- 15.a Mobiliser des ressources financières de toutes provenances et les augmenter nettement pour préserver la biodiversité et les écosystèmes et les exploiter durablement.



Partenariats pour la réalisation des objectifs

Objectif 17 Renforcer les moyens de mettre en oeuvre le Partenariat mondial pour le développement durable et le revitaliser

- 17.17 Encourager et promouvoir les partenariats publics, les partenariats public-privé et les partenariats avec la société civile, en faisant fond sur l'expérience acquise et les stratégies de financement appliquées en la matière.

Acquis d'apprentissage spécifiques

Maîtrise correcte du logiciel BTN4U, ou 'Belgian Travel Network': permettre aux agents de voyages de réaliser une partie importante de leurs réservations par des moyens électroniques. (réservations, impressions, communication avec le back-office, facturation, demander disponibilités, vérifier promotions, demandes de prix, annuler un voyage)

Faire preuve d'empathie, utiliser techniques d'accueil, de vente, traiter les clients mécontents

Construire des objectifs précis, utiliser des techniques de veille stratégique, maîtriser des méthodes managériales

Maîtrise des notions théoriques et appliquées élémentaires nécessaires à la stratégie marketing et aux techniques de marketing

opérationnel

Préparer une activité en groupe, respecter les objectifs souhaités et les contraintes d'un cahier des charges; défendre et promouvoir un travail

Contenu de l'AA Marketing appliqué au tourisme

Travail en équipe: voir cas proposé;

- collecte et critique de documents (veille marketing) et d'une étude de marché (questionnaire et dépouillement), brochures: voir cas proposé;:
- stratégie créative: rappels et application des méthodes pour trouver des solutions, des idées créatives; recherches personnelles pour créer ou diversifier un événement, une animation.
- stratégie Marketing: application réelle sur base du projet défini ensemble (stratégies de communication et de promotion du cas proposé) (cette année: événement et activités diverses pour dynamiser un lieu au potentiel touristique et de stages pour enfants "Le bois d'Allain")
- stratégie de gestion: analyse des coûts et de rentabilité du projet
- communication: brochure à réaliser et défense orale du projet.

Diverses notions de marketing et de gestion à développer dans le cadre du projet (Les sources principales d'influence du client, Les points de contact à privilégier, Creez vos personnas en qq étapes, dix erreurs de marketing courantes, 20 secrets pour attirer de nouveaux clients,...), Fixation d'objectifs (SMART, PACTE), Veille stratégique, Pratiques managériales importantes (gérer son temps, qualités du manager motivant, cerner un problème, gérer une crise, évaluer le personnel, diagnostiquer pour corriger), Le système de franchise

Contenu de l'AA Outils de gestion touristique III

Logiciel BTN4U

Etude du logiciel de réservation utilisé en agence belge pour les T.O. belges (voyages à forfait, en voiture, citytrips).

Utilisation du logiciel, des sites des T.O., analyse de la demande, formulation d'offres.

Méthodes d'enseignement

Marketing appliqué au tourisme : travaux de groupes, approche par projets, approche interactive, approche par situation problème, approche avec TIC, étude de cas, coaching régulier de suivi de projet

Outils de gestion touristique III : approche par situation problème, approche avec TIC, utilisation de logiciels

Supports

Marketing appliqué au tourisme : syllabus, sites internet du/des partenaire(e) pour le(s)quel(s) le projet se porte, sites de veille marketing, documents sur moodle et réunions teams si la situation le nécessite

Outils de gestion touristique III : notes de cours, notes d'exercices

Ressources bibliographiques de l'AA Marketing appliqué au tourisme

« Marketing du Tourisme et de l'Hôtellerie », Ed. d'Organisation;

- « Le Marketing stratégique », Ediscience international;
- « Marketing », Vuibert;

Le marketing pour les nuls, First Editions,

- Le petit marketing, Dunod, 2017
- « Action et communication commerciales », Nathan;
- « La communication dans l'entreprise », Les éd. Foucher;
- « Théorie du marketing », Presses universitaires de Bruxelles;

Divers sites de veille en tourisme

Sites spécialisés en notions de gestion et de marketing

Ressources bibliographiques de l'AA Outils de gestion touristique III

Brochures T.O.

Évaluations et pondérations

Évaluation	Évaluation avec notes aux AA
Pondérations	Marketing appliqué au tourisme : 50% Outils de gestion touristique III : 50%
Langue(s) d'évaluation	Marketing appliqué au tourisme : Français Outils de gestion touristique III : Français

Méthode d'évaluation de l'AA Marketing appliqué au tourisme :

Évaluation continue: 10%

Présentation et défense interne devant jury: 50%

Dossier / Rapports: 40%

Modalités pour la seconde session: Travail (dossier) demandé et à défendre 100%

Méthode d'évaluation de l'AA Outils de gestion touristique III :

Examen

avec 2 recherches à effectuer, offres à proposer

Année académique : **2024 - 2025**