

<b>Intitulé de l'UE</b>	<b>Evolution et tendances touristiques I</b>
<b>Section(s)</b>	- (5 ECTS) Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 2

Responsable(s)	Heures	Période
Mehdi LOOR	62.5	Quad 2

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Evolution des loisirs et du tourisme	37.5h	Mehdi LOOR
Marketing appliqué au tourisme	25h	Pierre CALLENS

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
<b>Evolution des loisirs et du tourisme</b> : 20h de théorie, 7.5h d'exercices/laboratoires, 10h de travaux
<b>Marketing appliqué au tourisme</b> : 20h de théorie, 5h d'exercices/laboratoires

Langue d'enseignement
<b>Evolution des loisirs et du tourisme</b> : Français
<b>Marketing appliqué au tourisme</b> : Français

Connaissances et compétences préalables

Objectifs par rapport aux acquis d'apprentissage programme (AAP) Cette UE contribue au développement de la/des compétence(s) suivante(s)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à son activité</li> <li>• Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique</li> <li>• S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission</li> </ul>

Acquis d'apprentissage de l'UE:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer des solutions innovantes pour ses projets.</li> <li>• Identifier les attentes, les besoins... des clients, des différents publics-cibles visés.</li> <li>• Rechercher, vérifier, comparer, et exploiter les informations nécessaires et pertinentes pour son projet ou mission.</li> <li>• Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public-cible</li> </ul>

## Contenu de l'AA Evolution des loisirs et du tourisme

- Nouvelles approches du temps libre, du loisir et du tourisme
- Evolutions récentes des clientèles des loisirs et du tourisme : les nouvelles tendances
- L'avènement du concept du modèle de l'expérience dans le tourisme
- Nouvelles tendances et développements innovants dans le secteur
- Recherche documentaire

## Contenu de l'AA Marketing appliqué au tourisme

•Ce cours aborde les théories et les méthodes appliquées du marketing stratégique (composants du marchés, veille et SIM, benchmarking, segmentation, cibles et positionnement, études de marché,...) et du marketing opérationnel ( mise en place de politiques de Produit, Prix, Promotion et Place-distribution), cela, le plus possible en rapport avec la réalité du tourisme.

### Partie I

- 1.1 Rappels :état d'esprit marketing, comprendre le marché, créer de la valeur, créativité
- 1.2. Veille et Système d'Information Marketing
- 1.3 Comprendre le marché
- 1.4 Définir le positionnement et ses cibles commerciales (gérer et développer une marque, matrice BCG, Bâtir l'offre marketing (segmenter, cibler , choisir un positionnement)
  - 1.5 S'informer, enquêter pour anticiper et agir (connaître les études de marché, comportement des acheteurs, mesurer la satisfaction de mes clients, la notoriété , dépouiller, analyser les résultats
- Partie II

Produit/Expérience/Prestation/Service (gérer son offre de produit, créer et développer une marque)

Fixation des prix (déterminer sa politique de prix + revenue management, yield management)

Publicité/vente/promotion/relations publiques (mix de communication, réussir son plan média)

Distribuer, diffuser l'offre

## Méthodes d'enseignement

**Evolution des loisirs et du tourisme** : cours magistral, travaux de groupes, approche déductive, approche avec TIC, étude de cas

**Marketing appliqué au tourisme** : cours magistral, approche par situation problème, approche avec TIC, étude de cas, Ateliers sur le Content Marketing en Néerlandais par professeur Howest, + atelier via le Centre de Compétence Tourisme

## Supports

**Evolution des loisirs et du tourisme** : syllabus, notes de cours

**Marketing appliqué au tourisme** : syllabus, notes de cours, vision de quelques extraits de notions marketing sur youtube

## Ressources bibliographiques de l'AA Evolution des loisirs et du tourisme

- « Définir le produit touristique de demain - La forfaitisation d'expériences » : Rapport de recherche 2004/2007 de la Commission canadienne du tourisme.

- Expériences Une boîte à outils pour les partenaires de la Commission canadienne du tourisme. Version 1.5, Avril 2010.

- Articles divers extraits des sites de veille des organisations de tourisme français et canadien.

- L'individualisation des sensibilités et des comportements : impacts touristiques. Rapport de synthèse pour la direction du Tourisme français. Anna Bauer, consultante. Mars 2005.

Dossier "approche expérientielle et Tourisme (1ère et 2ème partie), revue Espaces, n°230 et 231, 2014

- Synthèses "argumentaires et analyses" des marchés. Etude de l'Office de promotion du Tourisme (Wallonie-Bruxelles) 2006 - 2016.

### 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 stratégique », Ediscience international;
- 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;

Ventes et productions touristiques 1ère année BTS, Breal

En préparation de certaines leçons: renvoi à des sites de marketing spécialisés pour y trouver des informations préalables

### Évaluations et pondérations

<b>Évaluation</b>	Épreuve intégrée
<b>Langue(s) d'évaluation</b>	Français
<b>Méthode d'évaluation</b>	Examen écrit 100%

Année académique : **2018 - 2019**