

Intitulé de l'UE	Eléments de gestion I
Section(s)	- (5 ECTS) Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 1

Responsable(s)	Heures	Période
Yves DOMAIN	62.5	Quad 1

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Comptabilité et fiscalité	25h	Yves DOMAIN
Droit appliqué au tourisme	25h	Clarisse CANTILLON
Marketing : introduction	12.5h	Pierre CALLENS

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
Comptabilité et fiscalité : 13h de théorie, 12h d'exercices/laboratoires
Droit appliqué au tourisme : 25h de théorie
Marketing : introduction : 6.5h de théorie, 6h d'exercices/laboratoires

Langue d'enseignement
Comptabilité et fiscalité : Français
Droit appliqué au tourisme : Français
Marketing : introduction : Français

Connaissances et compétences préalables
Néant

Objectifs par rapport au référentiel de compétences ARES
<p>Cette UE contribue au développement des compétences suivantes</p> <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 ◦ Développer la polyvalence et proposer des solutions innovantes pour ses projets

- Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe
 - Accueillir et informer les clients, les partenaires et les prestataires
 - 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
- 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
- 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
 - Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible

Acquis d'apprentissage spécifiques

Au terme de cette unité, l'étudiant sera capable de :

- Connaître et utiliser les règles budgétaires, juridiques et comptables liées à une activité
- Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente
- Présenter des travaux soignés, clairs;
- Identifier les fonctions les plus ajustées et les plus rapides

Contenu de l'AA Comptabilité et fiscalité

- Principes comptable de base (bilan, comptes de bilan et comptes de résultat) Achats et ventes simples et complexes
- Règlements d'achats/ventes et divers

Contenu de l'AA Droit appliqué au tourisme

Titre 1 : Introduction générale:

Les différentes branches du droit

La distinction entre le droit privé et le droit public

Tentative de classification du droit du tourisme

Quelques principes relatifs à l'organisation judiciaire

La différence de résolution des litiges selon qu'ils relèvent du droit privé ou du droit public

Titre 2 : Le commerçant :

Définition

Conditions pour devenir commerçant:

- conditions liées à la personne
- conditions d'aptitude

Obligations s'imposant au commerçant

Le bail commercial

Titre 3 : L'agent de voyage et le tour opérateur

Distinction

Autorisation

Assurances obligatoires

Titre 4 : Le contrat de voyage

Définitions

Obligations précontractuelles

La formation du contrat de voyage

L'exécution du contrat de voyage et la responsabilité des professionnels

La commission litige-voyage, mode alternatif de résolution de certains conflits concernant l'exécution du contrat de voyage

Les garanties offertes aux voyageurs

Titre 5 : Le transport de passagers

Le transport aérien

Le transport par route

Le transport maritime

Titre 6 : Le Time-sharing

Définition

Obligations précontractuelles

Formation du contrat

Titre 7 : Le contrat de gestion d'hôtel

Définition

Contenu à dimension variable

La responsabilité de l'hôtelier

Contenu de l'AA Marketing : introduction

- Les concepts de base (marketing: quoi, pour quoi faire, état d'esprit et démarches)
- Comprendre l'orientation "client et le marché": approches et démarches (Produit Expérience Prestation Service)
- Créer de la valeur à l'intention du client et en retour pour l'entreprise
- L'analyse marketing (analyse de la situation, feuille de route à suivre)
- Pour un marketing créatif: importance de la créativité, techniques de créativité (et mise en situations d'applications)
- Stratégie de naming: trouver et choisir un "bon nom"

Méthodes d'enseignement

Comptabilité et fiscalité : cours magistral, approche interactive, approche par situation problème, approche inductive, approche déductive

Droit appliqué au tourisme : cours magistral, travaux de groupes

Marketing : introduction : cours magistral, approche interactive, approche par situation problème, approche inductive, approche déductive

Supports

Comptabilité et fiscalité : syllabus, notes de cours, notes d'exercices

Droit appliqué au tourisme : plan détaillé - articles de presse

Marketing : introduction : syllabus, notes de cours, notes d'exercices

Ressources bibliographiques de l'AA Comptabilité et fiscalité

Principes de comptabilisation, Delambre/vander Linden/Mercier/Vanhee/Van de Velde, Kluwer

Principes de comptabilisation, Delambre/vander Linden/Mercier/Vanhee/Van de Velde, Kluwer

Cousin et Vanderlinden: Notions comptables

Joseph Antoine: lexique thématique de la comptabilité, Dictionnaire explicatif spécialisé

Introduction à la comptabilité, G. Vincent, Edition Labor

Ressources bibliographiques de l'AA Marketing : introduction

"Le marketing pour les nuls", First Editions, 2015

"Le petit relation client", Dunod, 2017

"Le petit marketing", Dunod, 2017

"La méthode Value proposition design", Pearson, 2015

"Gamestorming, jouer pour innover", Diateno, 2014

Sites internet divers

Évaluations et pondérations

Évaluation	Évaluation avec notes aux AA
Pondérations	Comptabilité et fiscalité : 40% Droit appliqué au tourisme : 40% Marketing : introduction : 20%
Langue(s) d'évaluation	Comptabilité et fiscalité : Français Droit appliqué au tourisme : Français Marketing : introduction : Français
Méthode d'évaluation de l'AA Comptabilité et fiscalité :	
Examen écrit 100%	
Méthode d'évaluation de l'AA Droit appliqué au tourisme :	
Examen écrit 100%	
Méthode d'évaluation de l'AA Marketing : introduction :	
Examen écrit 100%	

Année académique : **2019 - 2020**