

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

| Responsable(s) | Heures | Période |
|-----------------------|---------------|----------------|
| Pierre CALLENS | 62.5 | Quad 2 |

| Activités d'apprentissage | Heures | Enseignant(s) |
|--------------------------------------|---------------|-------------------------|
| Evolution des loisirs et du tourisme | 37.5h | Jean-François NIEUWLAND |
| Marketing appliqué au tourisme | 25h | Pierre CALLENS |

| Prérequis | Corequis |
|------------------|-----------------|
| | |

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

| Langue d'enseignement |
|--|
| Evolution des loisirs et du tourisme : Français |
| Marketing appliqué au tourisme : Français |

| Connaissances et compétences préalables |
|--|
| |

| 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"> ◦ 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
- Entretien des relations durables avec son réseau
- 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
 - Utiliser des supports cartographiques et gérer la dimension espace-temps des produits
 - 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
 - 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
 - Évaluer les implications des activités en termes d'éthique et de développement durable, proposer des améliorations
- S'organiser : structurer, planifier, coordonner et gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission
 - Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible

Acquis d'apprentissage spécifiques

- Proposer des solutions innovantes pour ses projets.
- Identifier les attentes, les besoins... des clients, des différents publics-cibles visés.
- Rechercher, vérifier, comparer, et exploiter les informations nécessaires et pertinentes pour son projet ou mission.
- Étudier les tendances relatives au secteur du tourisme, ainsi que leurs dynamiques.
- Étudier les niches touristiques et leurs comportements.

Contenu de l'AA Evolution des loisirs et du tourisme

-L'étude des tendances et de leurs dynamiques: contextualisation, insights consommateurs, approches "macro" et "micro" des tendances;

-L'étude des niches touristiques et de leurs comportements: contextualisation, création de valeur, segmentation et ciblage, approches "top-down" et "bottom-up" des niches, l'évolution des actes de consommation;

-Travail individuel de recherche sur les tendances et les niches qui comptera pour 25% dans la cotation finale de la partie "Evolution des loisirs et du tourisme".

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.

- Mise en application de notions de marketing pour le projet YEP entrepris au Q1 et poursuivi (via ces aspects marketing et promotionnel) au second quad

Partie I

- I.1 Rappels :état d'esprit marketing, comprendre le marché, créer de la valeur, créativité
- I.2. Veille et Système d'Information Marketing
- I.3 Comprendre le marché
- I.4 Définir le positionnement et ses cibles commerciales (gérer et développer une marque, matrice BCG, Bâtir l'offre marketing (segmenter, cibler , choisir un positionnement)
 - I.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.

-Rapports de Tourism Trends, et d'OTA touristiques.

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

| | |
|-------------------------------|---|
| Évaluation | Épreuve intégrée |
| Langue(s) d'évaluation | Français |
| Méthode d'évaluation | Examen écrit 100% Le travail de recherche sur les tendances/les niches comptera pour 25% dans la cotation de la partie "Evolution du tourisme et des loisirs". En cas de non-remise durant les heures de cours, et en cas d'échec à l'épreuve intégrée, le travail devra obligatoirement être rendu pour la seconde session. Les applications pour le projet YEP seront appréciées en "évaluation continue" via les activités demandées à ce propos |

Année académique : **2020 - 2021**