

Intitulé de l'UE	Gestion et commercialisation de produits touristiques I
Section(s)	- (5 ECTS) Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 3

Responsable(s)	Heures	Période
Pierre CALLENS	62.5	Quad 1

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Gestion commerciale informatisée	25h	Jean-François NIEUWLAND
Gestion d'entreprise et management	12.5h	Pierre CALLENS
Marketing appliqué au tourisme	25h	Pierre CALLENS

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
Gestion commerciale informatisée : 5h de théorie, 20h d'exercices/laboratoires
Gestion d'entreprise et management : 8.5h de théorie, 4h de travaux
Marketing appliqué au tourisme : 6h de théorie, 19h de travaux

Langue d'enseignement
Gestion commerciale informatisée : Français
Gestion d'entreprise et management : Français
Marketing appliqué au tourisme : 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 2 Bac 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
 - 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

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 Gestion commerciale informatisée

Concernant l'apprentissage du logiciel:

-Apprendre à utiliser de manière correcte le logiciel BTN4U

-Pouvoir demander des horaires et disponibilités de vols, ainsi que des hôtels et autres prestations

-Travailler correctement sur base des brochures des TO

-Apprendre à effectuer des réservations de forfaits et à créer un dossier complet (PNR)

Concernant la gestion commerciale:

-Compréhension de l'importance à accorder aux clients, à leurs besoins et à leurs attentes

-Faire usage des éléments qui donnent aux clients le sentiment d'être importants

-Faire preuve d'empathie avec exercices pratiques et cas concrets et ce, en utilisant notamment le langage de l'accueil

-Exercices appliqués en face-à-face, et au téléphone

-Manière de traiter les clients mécontents, gérer les plaintes, surmonter les objections ou approche de l'art de la négociation commerciale

Contenu de l'AA Gestion d'entreprise et management

Plusieurs ateliers de e-tourisme , destiné à rendre l'étudiant opérationnel sur un lieu de stage et professionnel au niveau d'une gestion des sites (web et commercial) et de réseaux sociaux.

Ateliers donnés, en partie, par des professionnels externes, 2 journées sur l'E-eCampus:

-28/10: Bilan et diagnostic web (Vincent Bachely, co-fondateur de Mediakod)

-24/11: Valoriser ma destination avec instagram (Kris Theeuws, community-manager de l'OT Tournai)

Contenu de l'AA Marketing appliqué au tourisme

Travail de groupe: voir cas proposé;

- collecte et critique de documents (veille marketing) et d'une étude de marché, 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 pour dynamiser l'entrée de la Ville de Tournai dans le PNPE)
- 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

Méthodes d'enseignement

Gestion commerciale informatisée : approche interactive, approche par situation problème, approche déductive, approche avec TIC, utilisation de logiciels

Gestion d'entreprise et management : cours magistral, travaux de groupes, approche par projets, approche interactive, étude de cas

Marketing appliqué au tourisme : travaux de groupes, approche par projets, approche par situation problème, approche avec TIC, étude de cas

Supports

Gestion commerciale informatisée : notes de cours, notes d'exercices, Utilisation du logiciel BTN4U

Gestion d'entreprise et management : syllabus, notes de cours, documents sur moodle et réunions teams si la situation le nécessite

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

Ressources bibliographiques de l'AA Gestion commerciale informatisée

Nihil

Ressources bibliographiques de l'AA Gestion d'entreprise et management

La gestion pour les nuls, First Editions,
Le petit management, Dunod, 2017
La méthode "Value proposition design, Pearson 2014
Fiches BTS Gestion, Foucher 2005

Nombreux sites de management, gestion et marketing.

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

Évaluations et pondérations

Évaluation	Évaluation avec notes aux AA
Pondérations	Gestion commerciale informatisée : 40% Gestion d'entreprise et management : 20% Marketing appliqué au tourisme : 40%
Langue(s) d'évaluation	Gestion commerciale informatisée : Français Gestion d'entreprise et management : Français Marketing appliqué au tourisme : Français
Méthode d'évaluation de l'AA Gestion commerciale informatisée :	
Examen oral 90%	
TJ interrogation écrite 10% (les interrogations devenant orales via visio-conférence individuelle dans le cas d'un enseignement à distance)	

Examen de janvier ET de seconde session : examen oral de 15 minutes par étudiant, et comprendra 3 parties :

-la géographie des destinations charters (codes IATA, localisations, questions de culture générale)

-la partie Gestion informatisée du logiciel BTN4U avec un exercice pratique

-la partie Gestion commerciale des clientèles appliquée à l'exercice pratique choisi lors de l'examen oral

Méthode d'évaluation de l'AA Gestion d'entreprise et management :

Evaluation continue 100%

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

Évaluation continue: 20%

Présentation et défense interne devant jury: 50%

Travaux / Rapports: 30%

Modalités pour la seconde session: Travail demandé et défendu: 100%

Année académique : **2021 - 2022**