

Intitulé de l'UE	Communication appliquée au tourisme IV
Section(s)	- (3 ECTS) Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 2

Responsable(s)	Heures	Période
Camille DESAUVAGE	44	Quad 2

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Communication corporate	12.5h	Camille DESAUVAGE
Gestion des clientèles et négociations commerciales	12.5h	Camille DESAUVAGE
Techniques de guidage	19h	Amandine VANHERPE

Prérequis	Corequis

Répartition des heures
Communication corporate : 6.5h de théorie, 6h d'exercices/laboratoires
Gestion des clientèles et négociations commerciales : 6h de théorie, 6.5h d'exercices/laboratoires
Techniques de guidage : 19h d'AIP

Langue d'enseignement
Communication corporate : Français
Gestion des clientèles et négociations commerciales : Français
Techniques de guidage : Français, Anglais, Néerlandais, Allemand, Espagnol

Connaissances et compétences préalables
<u>Techniques de guidage:</u> Initiation aux Techniques de guidage du Quad 1
<u>Gestion des clientèles et négociations commerciales:</u> Cours de Gestion des clientèles et négociations commerciales du Bloc 1 Quad 1

Objectifs par rapport au référentiel de compétences ARES
Cette UE contribue au développement des compétences suivantes

- S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
 - 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
 - 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
 - Entretenir 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
 - Veiller à la qualité et à l'amélioration constante des ressources matérielles et humaines, anticiper et gérer les situations de crise, les plaintes, les litige
 - 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
 - Gérer les plannings et assurer le suivi des différents projets, dossiers et actions.
 - Constituer et rendre opérationnelle la documentation professionnelle, tenir à jour, trier et organiser les sources d'information
 - Concevoir, adapter, gérer et suivre la logistique
 - 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 (rubrique optionnelle pour l'année académique 2022-2023)



Education de qualité

Objectif 4 Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie

sous-objectifs : **4.4 - 4.7**



Travail décent et croissance économique

Objectif 8 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous

sous-objectifs : **8.9**



Paix, justice et institutions efficaces

Objectif 16 Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes

sous-objectifs : **16.10**

Acquis d'apprentissage spécifiques

Les trois AA proposées dans cette UE permettront aux étudiants de réaliser une introspection sur le créneau dans lequel ils désirent s'orienter à l'avenir:

- Exercices de guidage en situations réelles sur le terrain
- Gestion des clientèles: traitement des objections, donner un prix sans brusquer le client, gérer les plaintes
- Divers projets de communication

Contenu de l'AA Communication corporate

- Introduction à la communication d'entreprise
- Valoriser son parcours
- Le CV: compétences et soft skills, rédiger et mettre en forme le document
- LinkedIn : création d'un profil et mise en réseau
- La lettre de motivation : règles, structure et rédaction
- Simulation d'entretiens d'embauche : la boussole, présentation, démarches,...

Contenu de l'AA Gestion des clientèles et négociations commerciales

- Gestion de la relation client
- Gestion et traitement des objections, plaintes et réclamations
- Résolution des conflits et médiation du Tourisme de voyage
- Les techniques professionnelles d'accompagnement
- Clients mécontents : traitement des réponses en ligne
- Gestion de l'espace d'accueil et de l'information
- Terminologie du secteur touristiques

Contenu de l'AA Techniques de guidage

Lors de l'organisation du projet BERLIN, il est demandé aux étudiants de préparer une partie de guidage qu'ils devront prêter une fois sur place. Celle-ci peut-être réalisée en solo, ou en groupes et devra être réalisée en *français, et/ou néerlandais, et/ou anglais, et/ou allemand et/ou espagnol* en fonction des exigences du projet.

La préparation de la visite guidée sera partiellement réalisée lors du cours, divers documents seront à remettre (*itinéraire, idées de contenu, texte en langues étrangères ...*). La présence au cours est obligatoire et l'absence à ceux-ci pourrait être pris en considération dans la note finale.

Méthodes d'enseignement

Communication corporate : cours magistral, approche déductive, approche avec TIC, étude de cas, utilisation de logiciels,

Gestion des clientèles et négociations commerciales : cours magistral, travaux de groupes, approche interactive, approche déductive, approche avec TIC, étude de cas

Techniques de guidage : travaux de groupes, activités pédagogiques extérieures

Supports

Communication corporate : syllabus, notes de cours, notes d'exercices, activités sur eCampus, Presse touristique professionnelle, LinkedIn

Gestion des clientèles et négociations commerciales : syllabus, notes de cours, activités sur eCampus

Techniques de guidage : notes de cours, activités sur eCampus

Ressources bibliographiques de l'AA Communication corporate

- COURRIER Garlonne, 100 lettres de motivation 100% réussite, Paris, LEDUC.S Editions, 2008, 253 pages
- DEMONT Valérie, Ecrire un bon post Facebook, in Blog Valérie Demont, 25 avril 2015 <http://www.valeriedemont.ch/ecrire->

un-bon-post-facebook/

- HEFFINCK Stéphanie, Réseaux sociaux : bien lire avant l'utilisation, in CCI MAG – N°6 – Juin 2016, p.19-23
- HELLER Robert, Savoir communiquer (1998), Londres, MANGO PRATIQUE, 101 trucs et conseils, 1999, 72 pages.
- HIAM Alexander, Le Marketing pour les nuls, Hoboken, Editions First, 200, 372 pages.
- KINDERMANS Delphine, Porte-voix silencieux, in Weekend Le Vif, Edito, n°42, 21 octobre 2016, p5
- MAIRE DU POSET Yves, 2 minutes... pour bien se vendre, L'art de parler de soi., Paris, LEDUC.S Editions, 2008, 277 pages.
- MARTIN Jean-Claude, Le Guide de la communication. Convaincre, cela s'apprend., Hachette Livre, Poche Marabout, 1999, 464 pages.
- MEULEMAN François, Community Management. Ecrire sur les réseaux sociaux., Liège, Edi.pro, 2011, 218 pages
- MOCH Olivier, Vade-mecum de la communication externe des organisations, Liège, Edi.pro, 2013, 159 pages.

Ressources bibliographiques de l'AA Gestion des clientèles et négociations commerciales

- Bensalem, S., & Chassillan, I., (2019), Gestion de la relation clientèle touristiques, France, Le génie Editeur.
- Glondu - Seloï, C., (2016), Gestion de la relation Client, France, Le Génie Editeur.

Ressources bibliographiques de l'AA Techniques de guidage

- ecoreizen.be (2016) - *5 unieke wandelingen, tips van locals, 49 highlights, Berlin Citygids*
- SIMONIS D. (s.d.). *National Geographic Berlijn*. Kosmos Uitgevers: Utrecht/Antwerpen
- DE DECKER E. & JACOBS P. (s.d.). *360° Reizen Berlijn*. Lannoo: Bruxelles
- Fédération touristique du Luxembourg belge. (s.d.). *Ik spreek uw taal*.

Évaluations et pondérations

Évaluation	Évaluation avec notes aux AA
Pondérations	Communication corporate : 30% Gestion des clientèles et négociations commerciales : 30% Techniques de guidage : 40%
Langue(s) d'évaluation	Communication corporate : Français Gestion des clientèles et négociations commerciales : Français Techniques de guidage : Français, Anglais, Néerlandais, Allemand
Méthode d'évaluation de l'AA Communication corporate :	
Travail 100%	
Méthode d'évaluation de l'AA Gestion des clientèles et négociations commerciales :	
Examen écrit 100%	
Méthode d'évaluation de l'AA Techniques de guidage :	
Examen oral (prestation) 100%	
Au vu de l'ampleur du projet, cette AA est <u>non-remédiable</u> en 2e session (<i>excepté circonstances exceptionnelles, dès lors le.s responsable.s de l'AA se réserve.nt le droit d'opérer tout changement nécessaire</i>).	

Année académique : **2022 - 2023**