

<b>Intitulé de l'UE</b>	<b>Communication et technologies de l'information 1.2</b>
<b>Section(s)</b>	- <b>(4 ECTS)</b> Bachelier en Management du tourisme et des loisirs Cycle 1 Bloc 1

<b>Responsable(s)</b>	<b>Heures</b>	<b>Période</b>
Camille DESAUVAGE	50	Quad 2

<b>Activités d'apprentissage</b>	<b>Heures</b>	<b>Enseignant(s)</b>
<b>Communication professionnelle II</b>	25h	<b>Camille DESAUVAGE</b>
<b>Evenementiel et techniques promotionnelles</b>	25h	<b>Camille DESAUVAGE</b>

<b>Prérequis</b>	<b>Corequis</b>

<b>Répartition des heures</b>
<b>Communication professionnelle II</b> : 10h de théorie, 15h d'exercices/laboratoires
<b>Evenementiel et techniques promotionnelles</b> : 10h de théorie, 7h d'exercices/laboratoires, 8h de travaux

<b>Langue d'enseignement</b>
<b>Communication professionnelle II</b> : Français
<b>Evenementiel et techniques promotionnelles</b> : Français

<b>Connaissances et compétences préalables</b>

<b>Objectifs par rapport au référentiel de compétences ARES</b>
<b>Cette UE contribue au développement des compétences suivantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Travailler, tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la culture de l'entreprise</li> <li>◦ Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité</li> <li>◦ Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques</li> <li>◦ Développer une approche responsable, critique et réflexive des pratiques professionnelles</li> <li>◦ Développer la polyvalence et proposer des solutions innovantes pour ses projets</li> </ul> </li> <li>• Communiquer : écouter, informer et conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Défendre des dossiers, des projets, des produits, traiter les objections, conseiller la clientèle, négocier avec les différentes parties prenantes</li> <li>◦ 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</li> <li>◦ Pratiquer l'écoute et l'empathie, s'ouvrir aux autres cultures en tenant compte des traditions</li> </ul> </li> <li>• Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres à son activité</li> </ul>

- 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
  - Rechercher, vérifier, comparer, et exploiter les informations nécessaires et pertinentes pour chaque projet ou mission
- 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.
  - Gérer les priorités, anticiper
  - 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 : **4.7**

## Acquis d'apprentissage spécifiques

### Bureautique

A l'issue de l'activité d'apprentissage, l'étudiant devra avoir acquis de bonnes pratiques en matière d'utilisation du logiciel de traitement de textes Word et de ses fonctionnalités de base. Il devra également être capable de créer, mettre en page et imprimer un document en utilisant les bons outils, notamment les retraits, les tabulations, les listes automatiques, les styles, l'insertion d'images et les tableaux.

### Correspondance, rapports, orthographe

Au terme de cette activité, l'étudiant aura acquis la capacité de :

- pouvoir s'exprimer oralement de manière fluide, dans un langage correct et adéquat (structure de phrases et vocabulaire).
- justifier ses choix et d'argumenter ses propos avec nuance et sur une base réflexive et sans négliger les effets de sa communication.
- la connaissance des outils au service d'une communication actuelle (Power Point, Pitch, etc.)
- une curiosité intellectuelle, un esprit critique et pourra faire preuve de réflexivité face à une situation problème.
- Référer correctement ses sources et utilisation adéquate des outils d'aide à la rédaction (dictionnaires papier, dictionnaires en ligne, correcteurs, etc.).
- un vocabulaire adapté à son contexte d'utilisation, des structures de phrases et une orthographe correcte et un savoir-être en situation professionnelle.

### Techniques de communication

Au terme de cette activité, l'étudiant aura acquis la capacité de :

- pouvoir s'exprimer oralement de manière fluide, dans un langage correct et adéquat (structure de phrases et vocabulaire).
- faire usage de l'orthographe et de la grammaire française.
- de structurer son discours.
- faire usage d'une plus grande assurance lors de représentation de lui-même face à un public.
- mettre en pratique des réflexes professionnels dans la communication orale : savoir poser sa voix, articuler, regarder son public, etc.
- de disposer d'une plus grande confiance en ses capacités d'improvisation (capacité de rebondir, d'argumenter, de mettre en place rapidement une stratégie de défense et argumentation).
- mieux gérer son stress.

## Contenu de l'AA Communication professionnelle II

- Exercices écrits: argumentation, rédaction, réalisation de Power Point,...
- Exercices oraux: présentations, argumentations, prises de parole, Pitch, jeux de rôle, etc.).
- Analyse de textes, de cas ou de faits divers et développement d'une argumentation.
- Décryptage de l'actualité, des moyens de communication actuels et de la fiabilité des sources.
- Théorie : structurer ses écrits et son discours + les outils d'aide à la rédaction.

- Terminologie du secteur touristiques

### Contenu de l'AA Evenementiel et techniques promotionnelles

- Révision et application des grandes techniques de vente: public cible, innovation, créativité, attraction du client, force de persuasion,...
- Mises en situation (développement de réflexes appropriés) et le développement d'argumentations (prendre position et argumenter).
- Développement et mise en pratique d'une stratégie de communication exploitée autour d'un projet.

### Méthodes d'enseignement

**Communication professionnelle II** : travaux de groupes, approche par projets, approche interactive, approche par situation problème, étude de cas

**Evenementiel et techniques promotionnelles** : travaux de groupes, approche par projets, approche interactive, approche par situation problème, approche avec TIC, étude de cas

### Supports

**Communication professionnelle II** : syllabus, notes de cours, notes d'exercices, activités sur eCampus

**Evenementiel et techniques promotionnelles** : notes de cours, notes d'exercices, activités sur eCampus

### Ressources bibliographiques de l'AA Communication professionnelle II

- BORIE Alexandre, DUGAY Nicolas et LEFEVRE Davy, Petit Cahier d'exercices pour convaincre facilement et dans toutes les situations, Saint-Julien-en Genevois, Editions Jouvence, Je développe mon potentiel, 2016.
- CARLIER Fabrice, Prendre la parole en public – Pour les Nuls Business, Paris, Editions First, 2015.
- FAYET Michelle, Rédiger sans complexe. Surmonter la peur de la page blanche, transmettre vos pensées, améliorer votre style et contrôler la qualité de vos écrits, 2e édition, Paris, Eyrolles, Vie Pratique, 2003.
- FAYET Michelle et NISHIMATA Aline, Savoir rédiger le Courrier d'entreprise, 2e édition, Paris, Eyrolles, Livres Outils-Efficacité Pro, 1998.
- HUBLER Ludovic, *Le monde en stop - 5 années à l'école de la vie*, Editions Géorama, 2009.
- MARTIN Jean-Claude, Le Guide de la communication. Convaincre, cela s'apprend, Paris, Hachette Livre, Poche Marabout, 1999. 152
- PONS Emilie, Améliorer sa copie – 100 fiches pour rédiger avec efficacité, style et clarté, Paris, Ellipses, 2015.

### Ressources bibliographiques de l'AA Evenementiel et techniques promotionnelles

- CARLIER Fabrice, Prendre la parole en public – Pour les Nuls Business, Paris, Editions First, 2015.
- SMAL Geneviève, La parole en public pour les timides, les stressés et autres tétanisés, Liège, EdiPro, 2011.

### Évaluations et pondérations

<b>Évaluation</b>	Évaluation avec notes aux AA
<b>Pondérations</b>	Communication professionnelle II : <b>50%</b> Evenementiel et techniques promotionnelles : <b>50%</b>
<b>Langue(s) d'évaluation</b>	Communication professionnelle II : Français Evenementiel et techniques promotionnelles : Français
<b>Méthode d'évaluation de l'AA Communication professionnelle II :</b>	
Examen oral + vocabulaire	
<b>Méthode d'évaluation de l'AA Evenementiel et techniques promotionnelles :</b>	
Travail : 100%	

Année académique : **2022 - 2023**

