

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

| Responsable(s) | Heures | Période |
|-----------------------|---------------|----------------|
| Camille DESAUVAGE | 50 | Quad 2 |

| Activités d'apprentissage | Heures | Enseignant(s) |
|---|---------------|--------------------------|
| Communication professionnelle II | 25h | Camille DESAUVAGE |
| Evenementiel et techniques promotionnelles | 25h | Camille DESAUVAGE |

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

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

| Langue d'enseignement |
|--|
| Communication professionnelle II : Français |
| Evenementiel et techniques promotionnelles : 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 ◦ 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"> ◦ 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
 - 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
- 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
 - Coordonner et animer des équipes
 - Structurer et équilibrer les offres, les produits, en fonction du profil du public cible

Objectifs de développement durable



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

- 4.7 D'ici à 2030, faire en sorte que tous les élèves acquièrent les connaissances et compétences nécessaires pour promouvoir le développement durable, notamment par l'éducation en faveur du développement et de modes de vie durables, des droits de l'homme, de l'égalité des sexes, de la promotion d'une culture de paix et de non-violence, de la citoyenneté mondiale et de l'appréciation de la diversité culturelle et de la contribution de la culture au développement durable.

Acquis d'apprentissage spécifiques

Communication professionnelle 2

Au terme de cette activité, l'étudiant aura acquis la capacité de valoriser un service ou une destination en produisant une capsule vidéo à destination des réseaux sociaux et en faisant usage du vocabulaire touristique adéquat.

Évènementiel et techniques promotionnelles

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

- * Concevoir et défendre un projet événementiel selon un cahier des charges.
- * S'exprimer oralement de manière structurée et 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.
- * Faire usage des outils au service d'une communication actuelle (Power Point, Pitch, Canva, etc.)
- * Faire preuve de curiosité intellectuelle, un esprit critique et pourra faire preuve de réflexivité face à une situation problème.

Contenu de l'AA Communication professionnelle II

Préparer un storyboard préparer un tournage
 Prendre les contacts nécessaires pour préparer un tournage avec les autorisations recommandées réaliser des prises de vues en multipliant les angles et les types de mouvements
 Faire usage d'un stabilisateur de smartphone
 Monter et distribuer une capsule vidéo
 Rédiger une légende pour valoriser sa capsule
 Connaître et faire usage de la terminologie touristique

Contenu de l'AA Évènementiel et techniques promotionnelles

Atelier d'apprentissage en situation réelle.
 Exercices créatifs : création d'un événement selon un cahier des charges
 Exercices en ligne : réalisation de Power Point, support de présentation Canva, ...
 Exercices oraux: présentations, argumentations, prises de parole, Pitch, jeux de rôle, etc.)

Méthodes d'enseignement

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

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

Supports

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

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

Évaluations et pondérations

| | |
|-------------------------------|--|
| Évaluation | Évaluation avec notes aux AA |
| Pondérations | Communication professionnelle II : 50% Evenementiel et techniques promotionnelles : 50% |
| Langue(s) d'évaluation | Communication professionnelle II : Français Evenementiel et techniques promotionnelles : Français |

Méthode d'évaluation de l'AA Communication professionnelle II :

Juin : Hors session : dossier de préproduction
Session : Examen écrit et Dépôt de travail

2e session : Examen écrit + dépôt de travail en session

Méthode d'évaluation de l'AA Evenementiel et techniques promotionnelles :

Juin : Hors session : Défense orale à l'issue du séminaire
2e session : Examen oral

Année académique : **2024 - 2025**