

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE DE FORMATION

**NOTIONS DE GESTION ET DE MARKETING APPLIQUEES
AU TOURISME**

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

| |
|---|
| <p>CODE : 742315U21D1 CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 707 DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</p> |
|---|

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 11 juin 2010,
sur avis conforme de la Commission de concertation**

NOTIONS DE GESTION ET DE MARKETING APPLIQUEES AU TOURISME

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'aborder des notions essentielles de marketing exploitables dans le secteur du tourisme et des loisirs ;
- ◆ de se familiariser avec les tâches de gestion journalière propres aux infrastructures touristiques ;
- ◆ de réaliser des tâches administratives et commerciales en agence de voyages.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

à partir de situations usuelles rencontrées dans la vie professionnelle, en disposant s'il échoit des documents ad hoc :

- ◆ de caractériser les principes d'utilisation d'au moins deux documents commerciaux et financiers usuels ;
- ◆ d'explicitier les principales clauses d'un contrat standard spécifique au secteur et les obligations des parties ;
- ◆ d'explicitier les techniques de présentation et de mise en valeur des produits dans un point de vente ;
- ◆ de citer et de décrire les techniques de prise de contact et d'analyse des besoins des consommateurs.

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Attestation de réussite de l'unité de formation « **Notions de gestion et de marketing** », code N° **714002U21D1** classée dans l'enseignement secondaire supérieur de transition.

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

| 3.1. Dénomination du cours | Classement | Code U | Nombre de périodes |
|---|------------|--------|--------------------|
| Eléments de marketing et de gestion appliqués au tourisme | CT | B | 80 |
| 3.2. Part d'autonomie | | | 20 |
| Total des périodes | | | 100 |

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

- ◆ d'identifier le cadre institutionnel du secteur touristique (Commissariat général au Tourisme, ...) et le rôle des pouvoirs publics, notamment en termes de protection des monuments et sites ;
- ◆ *relativement à des infrastructures touristiques régionales ou locales,*
 - d'analyser les facteurs influençant le choix de la clientèle ;
 - d'appliquer des notions essentielles du marketing et des techniques de vente au domaine du tourisme et des loisirs (exemple : promotion des festivals, des festivités locales, des infrastructures, y compris lors de foires, salons et événements,...) ;
 - repérer les principaux services mis en place afin de répondre de manière adéquate à la demande de la clientèle ;
 - d'appréhender les notions de tourisme durable et équitable ;
 - de décrire les rôles socioculturels des sites patrimoniaux et leur impact en matière de tourisme réceptif ;
 - d'identifier et d'effectuer des tâches de gestion journalière : réservations, planning des visites, des événements, ... en utilisant les logiciels informatiques en vigueur dans le secteur touristique ;
- ◆ *face à des situations usuelles rencontrées en agence de voyages,*
 - de décrire succinctement l'organisation d'une agence de voyages : catégorie, tâches, équipement, documentation, participation aux événements (séminaires, voyages d'études, salons,...) ;
 - d'utiliser les logiciels courants spécifiques au secteur du tourisme (par exemple Galiléo, BTN, ...) ;
 - d'utiliser à bon escient le vocabulaire international spécifique au secteur du tourisme ;
 - d'identifier des principes réglementaires internationaux (passeport et visa, santé, monnaie, ...)
 - de décrire et différencier les assurances assistance et annulation ;

- d'utiliser la documentation usuelle (catalogues, brochures, tarifs, ...) et les banques de données usuelles pour :
 - conseiller le client,
 - proposer des produits touristiques,
 - calculer les prix ;
- de collaborer au traitement et au suivi des dossiers clients : méthodes et procédures (tour-opérateurs, groupes, individuels, billetterie, réservations, locations, vouchers,...) ;
- de compléter des bons de commandes ou de réservation en utilisant la codification usuelle ;
- d'identifier le rôle de la Commission des litiges.

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,

en utilisant les logiciels informatiques en vigueur dans le secteur touristique,

en consultant les banques de données habituellement utilisées par le secteur touristique,

♦ *relativement à une infrastructure touristique régionale ou locale validée par le chargé de cours :*

- d'élaborer un dossier comprenant :
 - le caractère de l'infrastructure (statut, organigramme, ...),
 - la description des produits et des services proposés,
 - les principales caractéristiques de la clientèle,
 - la description des outils de promotion utilisés,
 - une description de tâches potentiellement dévolues à un agent d'accueil et de tourisme ;
- ♦ *face à une demande usuelle de voyage à l'étranger rencontrée en agence, les consignes de réalisation lui étant clairement précisées (budget disponible, durée, type de voyage, nombre de personnes concernées) :*
 - de proposer et de justifier, parmi les produits existants sur le marché, deux offres de voyage en réponse à la demande comprenant :
 - la description des produits et des services proposés,
 - le schéma du voyage (timing, transports, ...),
 - le calcul du prix,
 - les formalités à accomplir par le voyageur ;
 - de justifier d'un point de vue commercial les choix opérés ;
 - de décrire les procédures à mettre en oeuvre pour traiter le dossier.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ♦ le niveau de qualité de la présentation du dossier,
- ♦ le niveau de qualité de la démarche utilisée,
- ♦ le degré de pertinence des procédures appliquées,
- ♦ le degré de pertinence des justifications commerciales,
- ♦ le niveau de précision et la clarté dans l'emploi du vocabulaire spécifique.

6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec la charge de cours qui lui est attribuée.

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.