MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

ADMINISTRATION GENERALE DE L’ENSEIGNEMENT

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE D'ENSEIGNEMENT

E-tourisme : Conception et production de contenu de promotion du territoire

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE Court

Domaine : Sciences économiques et de gestion

|  |
| --- |
| CODE : 714522U32D1 |
| CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704 |
| DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX |

Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 20 décembre 2018,

sur avis conforme du Conseil général

|  |
| --- |
| E-tourisme : Conception et production de contenu de promotion du territoire  enseignement superieur de type court |

1. FINALITES DE L’UNITE D'ENSEIGNEMENT

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 d'enseignement 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

Cette unité d'enseignement vise à permettre à l’étudiant :

* de concevoir du contenu visuel et rédactionnel pour des supports on line ;
* de coordonner et de diffuser la production.

1. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

*A partir de situations concrètes relatives au tourisme, fournies par le chargé de cours,*

* cerner le rôle des différents acteurs et institutions touristiques ;
* d’expliciter les facteurs d’émergence.

*face à une structure informatique opérationnelle, disposant des logiciels appropriés et de la documentation nécessaire, en utilisant le vocabulaire technique et l'orthographe adéquate, et en respectant les normes et standards en vigueur, les consignes étant précisées par le chargé de cours,*

* de concevoir et de créer au moins deux supports de communication.

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Bachelier ou Master du domaine économique,

Master en tourisme, en sciences humaines et sociales, en histoire, en histoire de l’art, en géographie humaine ou dans le domaine de la communication.

1. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

**Pour atteindre le seuil de réussite**, l’étudiant sera capable,

dans le respect des consignes,

à partir d’un cas concret issu de la vie professionnelle, validé par le chargé de cours, un CMS (Content Management System) étant mis à sa disposition,

* de concevoir sur le CMS des contenus visuels et rédactionnels adaptés à la ligne éditoriale ;
* de mettre en ligne les contenus réalisés.

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

* le degré de pertinence des solutions,
* le niveau de qualité des réalisations,
* le niveau de créativité.

1. PROGRAMME

L’étudiant sera capable :

à partir de situations issues du milieu professionnel, un CMS (Content Management System) étant mis à sa disposition,

* de collaborer à la définition de la ligne éditoriale des supports de communication on line ;
* de concevoir du contenu visuel et rédactionnel ;
* de coordonner la production en fonction de la ligne éditoriale ;
* de préparer et de finaliser des contenus visuels répondant aux normes du Web ;
* de diffuser les contenus réalisés (mise en ligne, …).

1. CONSTITUTION DES GROUPES ET REGROUPEMENT

Pour le laboratoire, pas plus de deux étudiants par poste de travail.

1. CHARGE(S) DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L’expert devra justifier de compétences particulières issues d’une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

1. HORAIRE MINIMUM DE L’UNITE D’ENSEIGNEMENT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dénomination du (des) cours** (1) | **Classement du(des) cours**  (1) (5) | **Code U**  (1) (5) | **Nombre de périodes**  (1) |
| Laboratoire : conception et production de contenu de promotion | CT | S | 40 |
| **Part d'autonomie** |  | P | 8 |
|  |  | Total des périodes | 48 |