

Descriptif de module

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Tourisme

1 Intitulé du module 765c - E-tourisme 2019-2020

<p>Code E.TO.342.765c.FDE.19</p> <p>Niveau <input type="checkbox"/> module de base <input checked="" type="checkbox"/> module d'approfondissement <input type="checkbox"/> module avancé <input type="checkbox"/> module spécialisé</p>	<p>Type de formation * <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> Autres</p> <p>Caractéristique <input checked="" type="checkbox"/> En cas d'échec définitif à un module défini comme obligatoire pour acquérir le profil de formation correspondant, l'étudiant-e est exclu-e de la filière, voire du domaine si le règlement de filière le précise conformément à l'article 25 du Règlement sur la formation de base (bachelor et master) en HES-SO</p>	<p>Type de module <input checked="" type="checkbox"/> module principal <input type="checkbox"/> module lié au module principal <input type="checkbox"/> module facultatif ou complémentaire</p>	<p>Organisation temporelle <input type="checkbox"/> semestre de printemps <input checked="" type="checkbox"/> semestre d'automne <input type="checkbox"/> module sur 2 semestres <input type="checkbox"/> automne et printemps <input type="checkbox"/> Autres</p>
---	---	---	--

2 Organisation

<p>Crédits ECTS * 18</p>	<p>Langue <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> allemand / D <input type="checkbox"/> bilingue <input type="checkbox"/> français <input checked="" type="checkbox"/> français - allemand - anglais <input type="checkbox"/> français - anglais / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Autres</p>	<p> <input type="checkbox"/> allemand - anglais <input type="checkbox"/> anglais <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> français - allemand <input type="checkbox"/> français - anglais <input type="checkbox"/> français / F <input type="checkbox"/> mandarin</p>
-------------------------------------	---	---

3 Prérequis

- avoir validé le(s) module(s)
- avoir suivi le(s) module(s)
- Pas de prérequis
- Autre

Autres prérequis

Avoir validé tous les modules du 2e semestre et suivi tous les modules du 4e semestre.

4 Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage *

1. Connaître et décrire les principes de base des technologies de l'information et de communication (TIC).
2. Comprendre et expliquer les sujets et tendances les plus importants dans le tourisme électronique (Internet mobile, Internet des objets, etc.), en Suisse et au niveau international
3. Connaître les bases et les enjeux de la vente en ligne dans le tourisme (GDS, plate-forme de vente en ligne, etc.) dans un contexte de tourisme globalisé.
4. Comprendre les bases du marketing en ligne et maîtriser des outils comme Google AdWords et Google Analytics.
5. Connaître les enjeux et implication du Web 2.0 et de l'internet mobile pour le tourisme et savoir implémenter une stratégie Web 2.0 pour un projet touristique.
6. Savoir utiliser des outils de création de site Web basiques.
7. Développer le concept pour un site Web touristique et pouvoir l'implémenter dans la pratique.
8. Pouvoir évaluer la qualité d'un site Web touristique.
9. Comprendre et maîtriser les techniques et approches dans l'optimisation d'un site Web pour les moteurs de recherche.
10. Maîtriser les fonctions et possibilités de base des logiciel multimédia (création d'une vidéo, traitement d'image, création d'un pdf, etc.)

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Tourisme

5 **Contenu et formes d'enseignement ***

Contenu sommaire

1. Les bases des technologies d'information et communication (TIC)
2. Introduction au tourisme électronique (eTourism)
3. La distribution/vente en ligne dans le tourisme
4. Le marketing en ligne
5. Search engine optimisation
6. Les outils multimédia (vidéo, photo, etc.)
7. Les outils de création de site Web
8. Les nouveaux outils de gestion basés sur les TIC (yiel management, Internet mobil, gestion back-office, etc.)
9. Gestion de la clientèle (CRM) en ligne
10. Web 2.0 / "social Web"

Formes d'enseignement

- Cours magistral
- Travaux pratiques: projet site Web, création de vidéo, réalisation de campagne marketing directe, Google Adwords
- Etudes de cas suisses et internationaux
- Interventions de conférenciers suisses et internationaux
- Travail en équipe
- Travail indépendant

6 **Modalités d'évaluation et de validation ***

N1 et N2 : contrôles continus organisés durant le semestre (notes au 1/10)
Date, durée, pondération et forme de N1 et N2 selon informations détaillées en début de semestre

Règle de validation du module:
 $N = (N1+N2) / 2$; N arrondi au 1/10

Validation du module :
 $N \geq 4.0$: module acquis
 $3.5 \leq N < 4.0$: remédiation (uniquement la note de l'examen de remédiation fait foi)
 $N < 3.5$: répétition du module

Remarque:
Le module ne peut être répété qu'une seule fois.
La forme et le contenu de l'examen de remédiation seront spécifiés par le responsable de module, si le cas se présente.

7 **Modalités de remédiation ***

- remédiation possible : évaluation 4 ou 3
- remédiation possible : évaluation E ou F
- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

7a **Modalités de remédiation (en cas de répétition) ***

- remédiation possible : évaluation 4 ou 3
- remédiation possible : évaluation E ou F
- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

Autres modalités de remédiation

8 **Remarques**

En principe, la fréquentation des unités de cours ainsi que la participation à toute autre activité prévue dans le plan d'études sont obligatoires.
Le responsable de filière décide de l'éventuelle sanction en cas d'absence injustifiée ou de non respect du règlement des absences.

9 **Bibliographie**

La bibliographie sera actualisée et intégrée dans Cyberlearn avant et pendant le début de module

10 **Enseignants**

Evéquoq Florian
Fux Michael
Grèzes Vincent
Montani Bruno
Rey Raphaël
Schegg Roland
Stampfli Michèle

Nom du responsable de module *
Roland Schegg

Descriptif validé le *
06.09.2019

Descriptif validé par *
Dominique Fumeaux, Responsable de la Filière Tourisme

Modulbeschreibung

Bereich HES-SO Wirtschaft und Dienstleistungen
 Studiengang Tourismus

1 Titel 765c - E-Tourismus 2019-2020

Code E.TO.342.765c.FDE.19	Art der Ausbildung * <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> Andere		
Niveau <input type="checkbox"/> Basismodul <input checked="" type="checkbox"/> Vertiefungsmodul <input type="checkbox"/> Fortgeschrittenes Modul <input type="checkbox"/> Fachmodul	Merkmale <input checked="" type="checkbox"/> Wenn der/die Studierende ein für die Erlangung des entsprechenden Ausbildungsprofils obligatorisches Modul definitiv nicht bestanden hat, wird er/sie vom Studiengang und sogar vom Fachbereich ausgeschlossen, sofern das Studiengangsreglement dies gemäss Art. 25 des Reglements für die Grundausbildung (Bachelor- und Masterstudiengänge) an der HES-SO vorsieht	Typ <input checked="" type="checkbox"/> Hauptmodul <input type="checkbox"/> Mit Hauptmodul verbundenes Modul <input type="checkbox"/> Fakultatives oder Zusatzmodul	Organisation <input type="checkbox"/> Frühlingsemester <input checked="" type="checkbox"/> Herbstsemester <input type="checkbox"/> Modul verteilt auf Herbst- und Frühlingsemester <input type="checkbox"/> Autres

2 Organisation

ECTS-Credits 18	Hauptunterrichtssprache <input type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Deutsch / D <input type="checkbox"/> Zweisprachig <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Französisch - Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Französisch - deutsch / FE-FD <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> Andere		<input type="checkbox"/> Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> Französisch - Deutsch <input type="checkbox"/> Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> französisch / F <input type="checkbox"/> mandarin
---------------------------	---	--	---

3 Voraussetzungen

- Modul validiert
- Modul besucht
- Keine Voraussetzungen
- Andere

Andere Voraussetzungen

Alle Module des 2. Semesters müssen validiert sein. Alle Module des 4. Semesters müssen besucht worden sein.

4 Erstrebte Kompetenzen / allgemeine Lernziele *

1. Die Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) kennen und beschreiben.
2. Die wichtigsten Themen und Trends des E-Tourismus verstehen und erklären (Mobiles Internet, Internet der Dinge, etc.) in der Schweiz und auf internationaler Ebene.
3. Die Grundlagen und Herausforderungen des elektronischen Vertriebs (GDS, online Verkaufsplattform, etc.) in einem globalisierten Tourismus Kontext kennen.
4. Die Grundlagen des Online-Marketings verstehen und Hilfsmittel wie Google AdWords und Google Analytics beherrschen.
5. Die Herausforderungen und Auswirkungen des Web 2.0 und des mobilen Webs für den Tourismus kennen und eine Web 2.0 Strategie für ein touristisches Projekt implementieren können.
6. Einfache Tools zur Kreation von Websites nutzen können.
7. Eine Internetstrategie für ein konkretes Projekt entwickeln und implementieren.
8. Die Qualität einer Tourismus-Website evaluieren.
9. Die Techniken und Ansätze der Suchmaschinenoptimierung von Websites verstehen und beherrschen.
10. Die grundlegenden Funktionen und Möglichkeiten von Multimedia-Software (Erstellung von Videos, Bildbearbeitung, Erstellung von PDF's etc.) beherrschen.

5 Inhalt und Unterrichtsformen *

Inhalt

1. Die Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)
2. Einführung in den E-Tourismus
3. Online-Distribution und -Verkauf im Tourismus
4. Online-Marketing
5. Search Engine Optimisation
6. Multimedia-Tools (Video, Foto usw.)
7. Tools zur Erstellung von Websites
8. Die neuen auf den IKT beruhenden Management-Tools (Yield Management, mobiles Internet, Back Office Management usw.)
9. Online-Kundenmanagement (CRM)
10. Web 2.0 / social Web / mobile Web

Unterrichtsformen

- Vorlesung
- Praktische Arbeiten: Websiteprojekt, Videoaufnahmen, Direktmarketing-Kampagne, Google Adwords
- Fallstudien (Schweiz und internationale Ebene)
- Konferenzen von Schweizer und internationalen Referenten
- Gruppenarbeiten
- Selbststudium

6 Evaluations- und Validierungsmodalitäten

N1 und N2: Zwischenprüfungen während des Semesters (Noten auf 1/10)
 Datum, Dauer, Gewichtung und Form der N1 und N2 entsprechend Informationen zu Semesterbeginn.

Validierungsregel des Moduls:
 $N = (N1+N2) / 2$; N gerundet auf 1/10

Validierung des Moduls:
 $N \geq 4.0$: Modul bestanden
 $3.5 \leq N < 4.0$: Nachholprüfung (die Note der Nachholprüfung zählt)
 $N < 3.5$: Wiederholung des Moduls

Bemerkung:
 Das Modul kann nur einmal wiederholt werden.
 Im Fall einer notwendigen Nachholprüfung werden Form sowie Inhalt der Prüfung vom Modulverantwortlichen festgelegt.

7 Nachprüfungsmodalitäten *

- Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3
- Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F
- Nachprüfung möglich
- keine Nachprüfung
- Andere Modalitäten(bitte ausführen)

7a Nachprüfungsmodalitäten (im Falle von Wiederholung) *

- Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3
- Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F
- Nachprüfung möglich
- keine Nachprüfung
- Andere Modalitäten(bitte ausführen)

Andere Modalitäten für die Nachprüfungen

8 Bemerkungen

Grundsätzlich ist der Besuch aller Kurseinheiten und die Teilnahme an allen Aktivitäten, die im Studienplan vorgesehen sind, obligatorisch.
 Der Leiter des Studiengangs entscheidet über die eventuellen Sanktionen im Falle einer ungerechtfertigten Abwesenheit oder Nichteinhaltung des Absenzenreglements.
 Im Zweifelsfall gilt die französische Version.

9 Bibliografie

Die Bibliografie wird vor Beginn des Moduls aktualisiert und in Cyberlearn integriert.

10 Dozierende

Evéquoq Florian
 Fux Michael
 Grèzes Vincent
 Montani Bruno
 Rey Raphaël
 Schegg Roland
 Stampfli Michèle

Name der Modulverantwortlichen *
 Roland Schegg

Modulbeschreibung validiert am *
 06.09.2019

Modulbeschreibung validiert durch *
 Dominique Fumeaux, Leiter des Studiengangs Tourismus

Module description

Field of study HES-SO Business, Management and Services
 Degree course Tourism

1 Title of module 765c - E-tourism 2019-2020

Code E.TO.342.765c.FDE.19	Type of course * <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor's <input type="checkbox"/> Master's <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> other		
Level <input type="checkbox"/> Basic module <input checked="" type="checkbox"/> Further studies module <input type="checkbox"/> Advanced module <input type="checkbox"/> Specialised module	Characteristic <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 25 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO	Type of module <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module	Time schedule <input type="checkbox"/> Spring semester <input checked="" type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres

2 Organisation

ECTS Value 18	Language <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> German / D <input type="checkbox"/> Bilingual <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> French - German - English <input type="checkbox"/> French - English / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> German - English <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> French - German <input type="checkbox"/> French - English <input type="checkbox"/> French / F <input type="checkbox"/> mandarin
-------------------------	--	---

3 Prerequisites

- The following module(s) must have been validated
 The following module(s) must have been attended
 none
 other

Other prerequisites

To have validated all the modules of the 2nd semester and to have followed all the modules of the 4th semester.

4 Skills to be gained / general learning objectives

1. Know and describe the basic principles of information and communication technologies (ICT).
2. Understand and explain the most important subjects and trends of e-tourism (mobile internet, internet of things, etc.) on a national and international level.
3. Know the basics and the challenges of online sales (GDS, online sales platforms, etc.) within the context of globalised tourism.
4. Understand the basics of online marketing and master tools such as Google AdWords and Google Analytics.
5. Understand the challenges and implications of web 2.0 technologies and mobile internet for the tourism industry and know how to implement a web 2.0 strategy for a tourism project.
6. Know how to use basic web creation tools.
7. Develop a concept for a tourism website and implement it.
8. Be able to evaluate the quality of a tourism website.
9. Understand and master the search engine optimisation techniques for websites.
10. Master the basic functions and features of multimedia software (video creation, image processing, creation of pdf files, etc.).

Field of study HES-SO Business, Management and Services
 Degree course Tourism

5 Teaching and content Summary

1. Basics of information and communication technologies (ICT)
2. Introduction to e-tourism
3. Online distribution and sales in tourism
4. Online marketing
5. Search engine optimisation
6. Multimedia tools (video, pictures, etc.)
7. Website creation tools
8. New management tools based on ICT (yield management, mobile Internet, back-office management, etc.)
9. Online customer relationship management (CRM)
10. Web 2.0 / social Web / mobile internet

Teaching methods

- Frontal teaching
- Practical work: website project, creation of videos, development of a direct marketing campaign, Google AdWords (National and international)
- case studies
- Talks by Swiss and international speakers
- Group work
- Individual work

6 Assessment and validation methods

N1 and N2: midterm examination organised during the semester (marks to 1/10)
 Date, duration, weighting and form of N1 and N2 according to information given at the beginning of the semester

Validation rule of module:
 $N = (N1+N2) / 2$; N rounded to 1/10

Validation of module:
 $N \geq 4.0$: module passed
 $3.5 \leq N < 4.0$: reassessment (only the retake mark is valid)
 $N < 3.5$: repetition of module

Le module can only be repeated once.
 In case of reassessment the form and content of the exam will be defined by the responsible of the module.

7 Reassessment requirements *

- reassessment possible: grade 4 or 3
- reassessment possible: grade E or F
- reassessment possible
- no reassessment
- other (please specify below)

7a Reassessment requirements (if module is repeated) *

- reassessment possible: grade 4 or 3
- reassessment possible: grade E or F
- reassessment possible
- no reassessment
- other (please specify below)

other reassessment modalities

8 Remarks

Generally speaking, course attendance as well as the participation in any other activities scheduled in the study plan are mandatory. The Head of the Degree Course decides on the appropriate measures in the event of unjustified absence or non-compliance with the rules on absences. In case of doubt, the French version of the description is valid.

9 Bibliography

The bibliography will be actualised online on Cyberlearn before and during the semester.

10 Teaching staff

Evéquoq Florian
 Fux Michael
 Grèzes Vincent
 Montani Bruno
 Rey Raphaël
 Schegg Roland
 Stampfli Michèle

Name of head of module *
 Roland Schegg

Field of study HES-SO Business, Management and Services
Degree course Tourism

*Description validated on **
06.09.2019

*Description validated by **
Dominique Fumeaux, Head of the Tourism Degree Course