

Communiquer avec empathie 1

Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 2.1 / 2.2 / 3.3 / 3.4

Nombre de leçons : 68

Situation :

Yves Wyss est spécialiste en communication hôtelière apprenti en troisième année de formation. Il doit soumettre à son supérieur, Daniel Ochsner, une proposition de menu pour la Saint-Sylvestre. Le mini-concept doit comprendre les éléments suivants :

- Définition du groupe cible
- Création d'un forfait avec indication de prix (avec et sans nuitée)
- Échanges avec le chef de cuisine et le chef de service au sujet du menu de la Saint-Sylvestre et du champagne
- Définition des supports publicitaires
- Définition des canaux de communication

Au cours de son entretien avec les responsables de service, Yves apprend qu'un serveur a démissionné. Il faut donc rechercher un remplaçant afin que l'équipe soit au complet pour le Nouvel An. Yves est chargé de réaliser une annonce pour le recrutement d'un collaborateur avec son supérieur.

Une fois le concept de la Saint-Sylvestre élaboré, Yves en discute avec Daniel Ochsner. Après quelques modifications, Yves peut réaliser les supports publicitaires puis promouvoir l'événement sur les canaux déterminés.

Questions clés :

- Que contient principalement l'organisation d'un événement ?
- Quels canaux de communication peuvent être utilisés dans cette optique ?
- Quels contenus se prêtent aux différents canaux de communication ?
- Quels supports d'information doivent être privilégiés pour quel événement ?

Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :	Contenus didactiques :
2.1.2 Ils évaluent les tendances à l'aide d'un catalogue des chances et des risques. (C6/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils analysent les chances et les risques liés aux tendances correspondantes.
2.1.3 Ils conçoivent des produits pour des offres spécifiques ou les adaptent. (C5/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils élaborent des alternatives aux offres existantes. • Ils compilent des offres de coopération proposées par l'établissement.
2.2.1 Ils conçoivent des textes, des images et des graphiques à l'aide des programmes actuels de traitement de texte, de calculs et de graphiques. (C32/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils planifient un événement pour un établissement. • Ils définissent les canaux de communication appropriés. • Ils élaborent les textes, images et graphiques adaptés à chaque canal de communication. • Ils gèrent la communication pour l'événement sélectionné.
2.2.4 Ils décrivent les formes et les groupes cibles des supports d'information . Par exemple : <ul style="list-style-type: none"> • médias imprimés • médias numériques (C2/2L)	(En lien avec le point 2.2.1) <ul style="list-style-type: none"> • Ils déterminent les supports d'information (numériques/imprimés) adaptés au groupe cible correspondant pour l'événement.
2.2.5 Ils aménagent des supports d'information . (C3/12L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils réalisent les supports d'information pour l'événement sélectionné.
3.3.7 Ils calculent différentes offres dans l'hôtel. (C4/10L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils connaissent les cinq étapes du calcul des prix. • Ils calculent différents prix pour les offres, les forfaits et des prestations d'un établissement hôtelier.

<p>3.4.1 Ils décrivent les éléments de base de la GRH. (C2/12L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils présentent les principes de la rémunération du personnel (fiche de salaire). (2L) • Ils justifient la procédure d'évaluation du personnel (entretiens, convention d'objectifs). (2L) • Ils commentent la direction du personnel à l'aide des techniques de gestion et styles de direction. (2L) • Ils pointent les possibilités de développement du personnel (perfectionnement, portefeuille). (2L) • Ils organisent le départ d'un collaborateur. (2L) • Ils approfondissent leurs connaissances en GRH à l'aide de cas pratiques. (2L) 	
<p>Forme de travail (forme sociale) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plénum • Travail de groupe • Travail en partenariat • Travail individuel 	<p>Matériel d'apprentissage :</p> <p>WIGL</p>	<p>Méthode d'examen :</p> <p>Tests de compétences oraux / écrits Jeux de rôle aux niveaux C1, C2, C3, C4</p>

Communiquer avec empathie 2

Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.1 / 1.4

Nombre de leçons : 24

Situation :

Martina Huber et Daniel Meier souhaitent se marier l'année prochaine et recherchent un établissement hôtelier adéquat.

Olivier, apprenti spécialiste en communication hôtelière en troisième année, a la possibilité de faire visiter les locaux au couple et de lui présenter les offres de l'hôtel. Il est accompagné par sa responsable de formation durant ces étapes. Olivier fournit les capacités des salles en termes de places assises, le programme-cadre et soumet des propositions de menus. Lors de l'entretien de conseil, Olivier s'enquiert des souhaits des clients de manière ciblée et attire leur attention sur les spécialités de la maison.

La suite Lune de miel sera proposée aux époux à prix réduit. Martina Huber et Daniel Meier sont très enthousiastes et effectuent une réservation provisoire pour leur événement. Étant donné qu'il s'agit d'un grand mariage réunissant beaucoup d'invités, Olivier discute de l'événement avec les responsables des services puis entreprend les démarches suite aux informations reçues (pré-réservation dans le système pour les chambres et la salle).

Avant de terminer sa journée, Olivier rapporte brièvement à sa responsable de formation les entretiens de la journée. Dans son dossier de formation, il indique les points positifs ainsi que les propositions d'amélioration de sa responsable de formation.

Questions clés :

- Quels avantages présente l'emploi du storytelling ?
- Quels sont les contenus possibles du storytelling ?
- Comment exploiter des situations de communication typiques pour en déduire des mesures ?
- Quels critères peuvent être pris en compte pour un entretien ?

Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :	Contenus didactiques :	
1.1.3 Ils décrivent les caractéristiques d'entretiens de conseil, de vente, de retour et de réclamation et les techniques d'interrogation appropriées. (C2/8L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils énumèrent les formes d'entretien (conseil, vente, retour, réclamation). • Ils définissent chaque type d'entretien à l'aide des critères suivants : <ul style="list-style-type: none"> - communication verbale, non verbale, paraverbale - cadre de l'entretien - atmosphère - règles, structure, comportement 	
1.1.4 Ils analysent les situations de communication typiques dans le quotidien professionnel. (C4/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils analysent des situations de communication typiques tirées du quotidien professionnel. 	
1.1.5 Ils déduisent des propositions d'amélioration en se basant sur des situations de communication typiques. (C4/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils déduisent des propositions d'amélioration à partir de situations de communication typiques. 	
1.4.6 Ils décrivent les différentes phases de l'entretien de conseil et de vente . (C2/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils présentent le motif d'achat. • Ils apportent des précisions sur la technique d'interrogation appropriée pour chaque type de clientèle. • Durant l'entretien de vente, ils argumentent activement sur l'utilité. 	
1.4.7 Ils décrivent les offres proposées par l'entreprise . (C2/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils décrivent les possibilités de storytelling pour un établissement. • Ils indiquent le contenu d'un storytelling. 	
Forme de travail (forme sociale) : <ul style="list-style-type: none"> • Plénum • Travail de groupe • Travail en partenariat • Travail individuel 	Matériel d'apprentissage : WIGL	Méthode d'examen : Tests de compétences oraux / écrits Jeux de rôle aux niveaux C1, C2, C3, C4

Langues étrangères : anglais

Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.7 / 3.7

Nombre de leçons : 40

Situation :

Tom Shelby est chargé de l'encadrement des clients dans un hôtel trois étoiles de Lucerne. Sa mission actuelle consiste à prendre en charge un groupe venant des États-Unis (« Northwest Hiking Tours »).

Il a déjà entretenu une correspondance avec la guide, Mrs. Waind, et lui a transmis des renseignements par téléphone. Outre la lettre présentant l'offre et l'e-mail de confirmation, Tom lui a également transmis des informations sur les produits et services de l'hôtel ainsi que sur les activités proposées dans les environs.

Pendant son séjour, le groupe aimerait voir le plus de curiosités possibles. Tom a donc soumis les propositions suivantes à Mrs. Waind : après une randonnée dans les alpages, le groupe se rendra au « Swiss Alp Cheese Show ». Le téléphérique descendra les hôtes à la station de la vallée, où le groupe de yodel Edelweiss les accueillera avec trois chants traditionnels. Ils termineront la journée autour d'une « raclette des alpages » au restaurant Swiss Chalet. Tom accompagnera le groupe tout au long du programme.

À l'arrivée du groupe, Tom accueille les clients et Mrs. Waind. Il les informe que le programme va immédiatement commencer. Pendant leur absence, les bagages seront transportés dans leur chambre par le portier.

Après seulement quelques minutes de randonnée, il commence à pleuvoir. Les clients n'ont pas de vêtements imperméables et commencent à se plaindre. Mrs. Waind appelle un taxi pour l'ensemble du groupe, qui les amène à La gentiane, un magasin de sport où ils peuvent acheter des vêtements appropriés. Comme la vendeuse parle uniquement allemand, Tom doit tout traduire.

Lors de la visite au « Swiss Alp Cheese Show », les clients observent avec intérêt le processus de fabrication et Tom présente au groupe les différentes sortes de fromage ainsi que les « produits de la ferme » fait maison. Il existe également des brochures à ce sujet, que Tom traduit oralement en anglais. Tom attire l'attention des clients sur l'importance accordée au développement durable. Les produits sont fabriqués et vendus au niveau local. À 16h00, le groupe descend à la station inférieure en téléphérique et Tom leur présente les différents sentiers de randonnée qui existent. Une fois dans la vallée, ils sont accueillis par trois chants traditionnel interprété par le groupe de yodel Edelweiss. Il ne pleut plus à présent et le groupe est ravi de se rendre au restaurant Swiss Chalet pour aborder la dernière étape de la journée. Une dame a oublié de préciser qu'elle ne mange pas de fromage. Tom s'enquiert alors du nombre total de personnes qui n'en mangent pas (quatre). Après concertation avec le chef de cuisine, Tom informe le groupe qu'un buffet de salade sera servi avec de la viande grillée aux quatre personnes concernées.

Un taxi attend le groupe devant le restaurant et les ramène à l'hôtel. Tom propose au groupe un dernier verre avant d'aller se coucher. Il en profite pour fournir au calme les principales caractéristiques de l'hôtel : restaurant, chambres, espace bien-être et activités récréatives. Tom recommande au groupe deux activités incontournables : du shopping au centre-ville de Lucerne et la visite le Musée suisse des transports. Le groupe va réfléchir au programme du lendemain.

Questions clés :

- Quelles formes de texte sont utilisées pour les courriers de présentation de l'offre et de confirmation de l'établissement ?
- Comment mener des discussions sur l'avenir et les possibilités avec des indications temporelles complexes ?
- Quels textes importants pour les clients dois-je être capable de lire et de comprendre (besoins du client) ?
- Quelle documentation (brochures, articles de journaux, sites web) peut m'aider à approfondir mes connaissances culturelles ?
- Quelles civilités dois-je employer pour les réclamations et pour les personnes qui ont des besoins particuliers ?
- Quelles solutions puis-je proposer ?
- Quels documents oraux complexes dois-je être en mesure de comprendre (textes quotidiens de la radio, TV, podcast, etc.) ?

Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :

Contenus didactiques :

1.7.1 Ils appliquent les principales **conventions de politesse** en anglais.
Par exemple :

- formes formelles de politesse
- formes correctes de salut et de remerciement

(C3/4L)

- Ils appliquent les principales conventions de politesse pour la gestion des retours et des réclamations des en anglais.
- Ils répondent aux exigences particulières des clients.
- Ils développent des réponses possibles aux réclamations et aux retours des clients.

1.7.2 Ils **conduisent des entretiens**, comprennent des **documents oraux** authentiques en anglais et restituent les contenus (généraux, détaillés) aussi bien dans la première langue nationale qu'en anglais. (C3/4L)

- Ils mènent des entretiens de réclamation et de retour.
- Ils préparent des jeux de rôles avec des clients pénibles.
- Ils comprennent des documents oraux complexes (textes quotidiens de la radio, TV, podcast, etc.).

1.7.3 Ils comprennent les principaux **contenus de textes** reçus en anglais et peuvent restituer les contenus. (C3/4L)

- Ils lisent et comprennent des textes d'ordre général portant sur leur domaine d'activités (tourisme, économie, société).

1.7.4 Ils comprennent le **contenu d'entretiens** et restituent oralement son sens en anglais. (C3/4L)

- Ils formulent des réponses possibles aux entretiens de réclamation et restituent le sens des informations.
- Ils classent les demandes spéciales des clients en fonction de l'établissement.
- Ils décrivent les problèmes et les demandes des clients.

<p>1.7.5 Ils utilisent dans des entretiens conduits en anglais les termes spécifiques à la profession et la morphosyntaxe de base, de manière adaptée au destinataire. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils développent le vocabulaire professionnel. • Ils conduisent des entretiens sur l'avenir et les opportunités qu'il présente. • Ils formulent des phrases contenant des indications temporelles complexes. 	
<p>1.7.6 Ils utilisent dans le cadre de l'entretien en anglais leurs connaissances des produits et services proposés par l'entreprise avec des arguments probants et orientés vers les besoins des clients. (C3/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils développent et approfondissent les compétences linguistiques appliquées à leur domaine d'activités. • Ils utilisent des conjonctions. 	
<p>3.7.2 Ils rédigent des textes simples du quotidien professionnel (p. ex. communications, courriels, lettres formelles) en anglais et savent appliquer les règles de l'orthographe, la morphosyntaxe et la forme correctes. (C3/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils rédigent des offres, des confirmations et des textes de correspondance quotidiens en respectant les règles grammaticales et syntaxiques. 	
<p>3.7.3 Ils restituent le sens de textes simples du quotidien professionnel de la première langue nationale en anglais. (C3/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils rédigent des textes en dehors du contexte professionnel (tourisme, économie et société). • Ils les interprètent et les restituent dans la langue cible. • Ils approfondissent leurs connaissances culturelles. 	
<p>Forme de travail (forme sociale) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plénum • Travail de groupe • Travail en partenariat • Travail individuel 	<p>Matériel d'apprentissage : Selon les recommandations et le niveau de l'école</p>	<p>Méthode d'examen : Tests de compétences oraux / écrits, jeux de rôle aux niveaux C1, C2, C3 <i>Remarque : pour les langues étrangères, DCO 1 et DCO 3 sont combinés. Observer le système de notation.</i></p>

Langues étrangères : deuxième langue nationale

Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.6 / 3.6	Nombre de leçons : 40
<p>Situation :</p> <p>L'apprentie spécialiste en communication hôtelière Catherine Cassel travaille ce matin dans le bureau de l'hôtel. Elle reçoit un appel de Madame Suter. Madame Suter a déjà réservé une chambre double avec son mari pour le week-end. À présent, elle aimerait réserver une chambre double supplémentaire pour un couple d'amis qui souhaite les accompagner. Aurélie voit qu'il reste une chambre double libre. Elle enregistre les données pour la réservation</p> <p>Un peu plus tard, Catherine Cassel traite les e-mails de la boîte de réception. Elle tombe sur un message de l'entreprise Gebrüder Keller AG, qui aimerait louer une salle pour un séminaire. Catherine Cassel vérifie qu'il y a une salle libre pour la date indiquée. Toutefois, la salle peut contenir plus de personnes que le nombre demandé par l'entreprise, elle coûte donc plus cher. La salle de séminaire un peu plus petite et moins onéreuse est déjà réservée. Catherine Cassel répond en allemand à l'entreprise en lui proposant l'offre.</p> <p>L'hôtel dans lequel Catherine Cassel travaille en tant qu'apprentie spécialiste en communication hôtelière souhaite acquérir des clients de Suisse lémanique avec une promotion. À cette fin, le supérieur de Catherine Cassel a rédigé une lettre promotionnelle qu'il souhaiterait envoyer comme texte RP à plusieurs médias. Il demande à Catherine Cassel de concevoir un texte en allemand pour présenter les chambres, l'offre récréative dans l'hôtel et ses environs, le restaurant avec une sélection de menus ainsi que les salles disponibles pour les groupes et les séminaires avec leur équipement.</p>	
<p>Questions clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelles formes de texte sont utilisées pour les courriers de présentation de l'offre et de confirmation de l'établissement ? • Comment mener des discussions sur l'avenir et les possibilités avec des indications temporelles complexes ? • Quels textes importants pour les clients dois-je être capable de lire et de comprendre (besoins du client) ? • Quelle documentation (brochures, articles de journaux, sites web) peut m'aider à approfondir mes connaissances culturelles ? • Quelles civilités dois-je employer pour les réclamations et pour les personnes qui ont des besoins particuliers ? • Quelles solutions puis-je proposer ? • Quels documents oraux complexes dois-je être en mesure de comprendre (textes quotidiens de la radio, TV, podcast, etc.) ? 	

Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :	Contenus didactiques :
1.6.1 Ils appliquent les principales conventions de politesse dans la deuxième langue nationale. (C3/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils appliquent les principales conventions de politesse pour la gestion des retours et des réclamations des clients dans la deuxième langue nationale. • Ils répondent aux exigences particulières des clients. • Ils développent des réponses possibles aux réclamations et aux retours des clients.
1.6.2 Ils conduisent des entretiens et comprennent des documents oraux authentiques dans la deuxième langue nationale et restituent les contenus (généraux, détaillés) aussi bien dans la première langue nationale que dans la deuxième langue nationale. (C3/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils mènent des entretiens de réclamation et de retour. • Ils préparent des jeux de rôles avec des clients pénibles. • Ils comprennent des documents oraux complexes (textes quotidiens de la radio, TV, podcast, etc.).
1.6.3 Ils comprennent les principaux contenus de textes reçus dans la deuxième langue nationale et peuvent en restituer les contenus. (C3/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils lisent et comprennent des textes d'ordre général portant sur leur domaine d'activités (tourisme, économie, société).
1.6.4 Ils comprennent le contenu d'entretiens et restituent oralement son sens dans la deuxième langue nationale. (C3/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils formulent des réponses possibles aux entretiens de réclamation et restituent le sens des informations. • Ils classent les demandes spéciales des clients en fonction de l'établissement. • Ils décrivent les problèmes et les demandes des clients.
1.6.5 Ils utilisent dans des entretiens conduits dans la deuxième langue nationale les termes spécifiques à la profession et la morphosyntaxe de base , de manière adaptée au destinataire. (C3/4L).	<ul style="list-style-type: none"> • Ils développent le vocabulaire professionnel. • Ils conduisent des entretiens sur l'avenir et les opportunités qu'il présente. • Ils formulent des phrases contenant des indications temporelles complexes.
1.6.6 Ils utilisent dans le cadre d'un entretien dans la deuxième langue nationale leurs connaissances des produits et services proposés par l'entreprise avec des arguments probants et orientés vers les besoins des clients. (C3/4L)	<ul style="list-style-type: none"> • Ils développent et approfondissent les compétences linguistiques appliquées à leur domaine d'activités. • Ils utilisent des conjonctions.

<p>3.6.2 Ils rédigent des textes simples du quotidien professionnel (p. ex. communications, courriels, lettres formelles) dans la deuxième langue nationale et savent appliquer les règles de l'orthographe, la morphosyntaxe et la forme correctes. (C3/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils rédigent des offres, des confirmations et des textes de correspondance quotidiens en respectant les règles grammaticales et syntaxiques. 	
<p>3.6.3 Ils restituent le sens de textes simples du quotidien professionnel de la première dans la deuxième langue nationale. (C3/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils rédigent des textes en dehors du contexte professionnel (tourisme, économie et société). • Ils les interprètent et les restituent dans la langue cible. • Ils approfondissent leurs connaissances culturelles. 	
<p>Forme de travail (forme sociale) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plénum • Travail de groupe • Travail en partenariat • Travail individuel 	<p>Matériel d'apprentissage :</p> <p>Selon les recommandations et le niveau de l'école</p>	<p>Méthode d'examen :</p> <p>Tests de compétences oraux / écrits Jeux de rôle aux niveaux C1, C2, C3 <i>Remarque : pour les langues étrangères, DCO 1 et DCO 3 sont combinés. Observer le système de notation.</i></p>

Organisation structurelle

Spécialistes en communication hôtelière CFC

Compétences opérationnelles plan de formation : 1.2 / 4.4	Nombre de leçons : 38
<p>Contexte : Le parcours professionnel : collaborateurs – têtes pensantes – ambassadeurs Le séjour se transforme en expérience hors du commun</p> <p>Situation 1 : assurer, améliorer et incarner la qualité « Nous sommes une oasis de bien-être tourné vers l'avenir ! » : tel est le nouveau slogan que nous avons intégré dans notre charte.</p> <p>La spécialiste en communication hôtelière Jasmin Meier travaille actuellement au back-office de l'hôtel « Sonne », au service de la direction. Son établissement va être agrandi et sera désormais catégorisé comme hôtel quatre étoiles. L'offre de 60 lits sera complétée par 30 chambres propices à la détente. En outre, les hôtes pourront profiter d'un espace bien-être exceptionnel de 2000 m². Par ailleurs, la salle de séminaire réaménagée permettra d'accueillir de nombreuses formations continues et réunions. Les travaux de construction seront terminés le mois prochain et les premières réservations ont déjà été enregistrées. L'extension de l'offre nécessite de nouveaux processus. L'établissement a été distingué du Label de qualité pour le tourisme suisse.</p> <p>Jasmin Meier reçoit l'ordre de contrôler les chaînes de service actuelles et de proposer d'éventuelles modifications de la part de sa supérieure, Madame Fuchs. De plus, elle doit créer de nouvelles chaînes de service pour les nouveaux groupes cibles « clients bien-être » et « clients séminaire ». Après avoir développé les chaînes de service, elle définit les normes de qualité et les mesures visant à atteindre ces normes.</p> <p>Le niveau de qualité dépend de ce qui est appliqué dans l'établissement. C'est pourquoi Jasmin Meier est chargée de soumettre des propositions visant à convaincre les collaborateurs de s'impliquer dans la mise en œuvre des normes de qualité. Elle transmet ensuite les résultats à sa supérieure.</p> <p>Situation 2 : la qualité vue depuis les coulisses Les nouveaux processus sont assurés à l'aide de chaînes de service du point de vue des clients, mais aussi au niveau du management. Jasmin Meier est chargée d'élaborer des check-lists avec les responsables des services de ménage, bien-être, séminaire/réunions/organisation d'événements à l'intention des collaborateurs afin de garantir la qualité des nouveaux processus. Ce faisant, elle contrôle les check-lists existantes en vue d'éventuelles adaptations et crée de nouvelles check-lists servant de base aux vérifications pour les domaines du bien-être et des séminaires. Jasmin Meier prépare également une check-list pour les discussions sur les séminaires et les réunions.</p>	

<p>Questions clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment pouvons-nous optimiser la qualité de notre établissement ? • Comment pouvons-nous faire en sorte que nos collaborateurs incarnent les nouvelles valeurs ? 	
<p>Objectifs évaluateurs (niveaux de complexité/nombre de leçons) :</p>	<p>Contenus didactiques :</p>
<p>1.2.1 Ils décrivent la structure d'organisation dans l'hôtellerie. (C2/4L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils expliquent l'histoire du développement du tourisme. • Ils décrivent l'importance du tourisme pour l'économie suisse. • Ils présentent l'organisation des secteurs de l'hôtellerie et de la restauration.
<p>4.4.1 Ils expliquent la signification :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de la Conception directrice • des principes de l'entreprise • de la culture de l'entreprise • de la politique de l'entreprise • de l'image de l'entreprise <p>(C2/12L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils décrivent la politique d'entreprise ainsi que la Conception directrice à l'aide d'exemples pratiques. • Ils apportent des précisions sur le sens et l'utilité de la culture d'entreprise.
<p>4.4.3 Ils décrivent les différents systèmes de qualité de l'hôtel et leur importance ainsi que leur utilité. (C2/8L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils expliquent les systèmes de classification des hôtels d'HotellerieSuisse, de GastroSuisse et d'Hotelstars Union. • Ils reconnaissent les catégories de base et les catégories de spécialisation d'HotellerieSuisse comme symboles et décrivent leurs caractéristiques. • Ils présentent autres labels de qualité.
<p>4.4.4 Ils déduisent des mesures ciblées à partir des conclusions des systèmes de qualité des hôtels. (C4/14L)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils comparent les instruments de contrôle de la qualité et choisissent le système de qualité adéquat pour un établissement donné. • Ils définissent des mesures sur la base de l'évaluation de la gestion de la qualité (prendre un exemple comme une enquête anonyme ou un sondage auprès de la clientèle : que faire si les draps sont toujours froissés ? / Cela peut représenter la part principale de l'objectif évaluateur). • Ils décrivent les caractéristiques du développement et de l'assurance de la qualité.

<p>Forme de travail (forme sociale) :</p> <ul style="list-style-type: none">• Travail individuel• Travail en partenariat• Discussion en plénum• Travaux de groupe	<p>Matériel d'apprentissage :</p> <p>WIGL</p>	<p>Méthode d'examen :</p> <p>Études de cas visant à élaborer des chaînes de service propres à la clientèle avec déduction de mesures concrètes</p> <p>Études de cas visant à créer des check-lists</p> <p>Présentation des études de cas</p> <p>Présentation des organisations de l'hôtellerie-restauration et de leur utilité pour les établissements hôteliers</p>
---	--	---