|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sujet 0 – Zoo de la Grière - Barème de correction sur 20 points (projet)** | | | | |  | |
|  |  |  |  |  | |
| **Compétences**  **Evaluées** | **Questions** | **Indicateurs de performance** | **Attendus par rapport au sujet**  **(capacité à)** | **Points** | |
| **C14 Identifier les menaces et les opportunités de l'environnement pour une organisation touristique** | Q 1.1 | Rigueur de la démarche Pertinence du diagnostic | - Identifier les éléments du marché et de son environnement qui influencent  la politique d'investissement d'une structure come le zoo  - Extraire les informations pertinentes de la documentation  - Restituer les informations de façon structurée | 3 | |
| **C15 Identifier les forces et les faiblesses d'une organisation touristique donnée** | Q 2.1 | Rigueur de la démarche Pertinence du diagnostic | - Identifier l'importance du personnel de contact dans l'acte de servuction d'une organisation comme le zoo - Produire une argumentation "apte à motiver" - Respecter les contraintes rédactionnelles imposées par le document, sa finalité et la cible visée. | 2 | |
| Q 1.2 | Rigueur de la démarche Pertinence du diagnostic | - Identifier les faiblesses du zoo qui ont conduit à la décision stratégique d'intégration au groupe Divertiland | 1 | |
| **C16 Porter un jugement sur la situation d'une organisation touristique** | Q 1.2 | Rigueur de la démarche Pertinence du diagnostic | - Identifier les objectifs recherchés par le zoo  - Faire le lien entre marché, environnement et stratégie  - Restituer les informations de façon structurée | 2 | |
| **C17 Identifier les caractéristiques de l'offre et de la demande (pour une prestation donnée)** | Q 3.1 | Pertinence des caractéristiques de marché identifiées | - Comprendre la notion d'offre produit (concept mercatique de produit et caractéristiques techniques)  - Faire le lien entre attentes/besoins et caractéristiques de l'offre  - Extraire les informations pertinentes de la documentation  - Restituer les informations de façon structurée | 3 | |
| **C21 Déterminer le coût de revient de la prestation** | Q 4.1 | Qualité de la démarche de calcul du coût Exactitude des calculs | - Identifier la nature du coût à calculer (prix final collectif)  - Prendre en considération l'ensemble des éléments constitutifs du coût  - Produire un résultat exact | 2 | |
| **C22 Fixer un prix de vente en fonction de la politique commerciale** | Cohérence globale de la proposition au regard de la demande et de la stratégie de l’offreur | - Traiter correctement la notion de taux de marge  - Prendre en compte les gratuités  - Traiter correctement la taxe de séjour | 2 | |
| **C23 Rédiger l'offre** | Q 4.2 | Qualité de la rédaction de l’offre | - Identifier les différents éléments constitutifs de l'offre commerciale  - Respecter les techniques et les règles professionnelles  - Rédiger l’offre dans une expression française correcte et adaptée | 3 | |
| **C25 Sélectionner des supports de communication adaptés** | Q 5,1 | Respect législation sur les opérations de promotion et de communication  Adéquation et qualité des supports choisis  Respect budget de communication | - Identifier les caractéristiques de chaque réseau social  - Produire des actions adaptées à la cible visée et aux caractéristiques des réseaux  - Décrire avec précision les actions et justifier leur pertinence | 2 | |