

L'épreuve vise à évaluer les capacités du candidat à :

- maîtriser les connaissances relatives à :
 - . la politique et/ou la stratégie de l'entreprise hôtelière ;
 - . l'analyse du marché hôtelier ;
 - . la connaissance du consommateur et son comportement ;
 - . l'ensemble des variables mercatiques, prises isolément ou intégrées au plan de marchéage ;
- mobiliser ses connaissances pour exploiter le ou les documents qui lui sont fournis ;
- illustrer ses connaissances par des exemples récents tirés de l'environnement professionnel hôtelier et touristique ;
- communiquer avec la commission d'interrogation.

Le déroulement de l'épreuve ponctuelle comporte les phases suivantes :

- remise au candidat d'un ou plusieurs documents d'actualité et/ou professionnels correspondant au thème d'étude proposé, accompagné de questions d'élargissement et/ou d'approfondissement ;
- exposé sur le thème d'étude (15 minutes maximum) ;
- interrogation.

SUJET n° 24

Thème : se démarquer de la concurrence

À l'aide de vos connaissances théoriques et pratiques, de votre culture mercatique, de vos acquis professionnels et de la documentation jointe, il vous est demandé de présenter un exposé structuré répondant aux travaux à faire ci-dessous. Vous les traiterez dans l'ordre qui vous convient. Les explications de vocabulaire seront, dans la mesure du possible, intégrées à votre exposé.

- Exploitez le document fourni en annexe et présentez-le de façon structurée, dans le cadre du thème proposé.
- Citez les avantages et limites d'une stratégie d'innovation. Quelles actions mercatiques permettent à un hôtelier-restaurateur de se démarquer de la concurrence ?
- Expliquez et illustrez les termes ou expressions suivants :
 - innovation,
 - benchmark (étalonnage concurrentiel),
 - cogriffage (co-branding).

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2015	BTS Hôtellerie – Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière	ORAL	SUJET 24	1/2

ANNEXE SUJET n° 24

Thème : se démarquer de la concurrence

Document internet

Source : www.mamashelter.com/fr/lyon/ - juin 2014

Informations supplémentaires obtenues en cliquant sur certaines zones du site internet.

La sélection de MAMA

Lyon est certainement la destination idéale pour un weekend à plusieurs. MAMA vous a sélectionné les meilleures adresses :
MAMA says régalez-vous
MAMA says amusez-vous
MAMA says cultivez-vous
MAMA says faites du shopping

MAMA Videobooth

Nouvel iMac i27" maintenant disponible dans toutes les chambres. Mama vous offre une expérience unique : Mama met à votre disposition des accessoires et vous permet de garder un souvenir de votre séjour en prenant une photo ou une vidéo de vous dans votre chambre.

MAMA SKIN by Absolution

Absolution, la marque parisienne de cosmétiques bio a mis tout son cœur pour vous concocter en exclusivité ces produits certifiés écocert et made in France, sans paraben, sans peg, sans phtalates, sans parfum ni colorants de synthèse, ni tensioactifs agressifs (tous ces trucs chimiques qui irritent votre peau et polluent la nappe phréatique), ils dorloteront votre peau tout autant que l'environnement.

Vous pouvez les acheter dans tous nos MAMA shops !

Site internet de l'hôtel Mama Shelter de Lyon

Session	EXAMEN		Durée	30 min
2015	BTS Hôtellerie – Restauration	Option A : Mercatique et gestion hôtelière	Coefficient	2
ÉPREUVE	Analyse et présentation d'une situation commerciale hôtelière ORAL		SUJET 24	2/2