

Annexe 9 Programme de sciences et technologies des services

Fil conducteur des programmes de première et terminale

Les programmes des classes de première et terminale STHR s'inscrivent dans la continuité des programmes de la classe de seconde. Ils ont pour objectifs de permettre aux élèves de poursuivre leur formation aux spécificités du secteur de l'hôtellerie-restauration et de les préparer à une poursuite d'études, notamment au sein des BTS du secteur de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme.

Les enseignements spécifiques des classes de première et terminale (enseignement scientifique alimentation-environnement, sciences et technologies des services, sciences et technologies culinaires, économie et gestion hôtelière) sont approfondis afin qu'ils appréhendent le fonctionnement de l'entreprise d'hôtellerie-restauration dans ses différentes dimensions (restaurant, cuisine, hébergement), les liens qui les unissent ainsi que les interactions qu'elles entretiennent avec leur environnement.

A l'instar de la classe de seconde, les programmes de première et terminale sont déclinés sous la forme de thèmes, de questions, de capacités, de notions et de propositions de mise en œuvre. Le choix a été fait de différencier les programmes en fonction des capacités à acquérir : certaines capacités peuvent être acquises dès la classe de première (1^{re}), d'autres sont visées en classe terminale (T) parce qu'elles nécessitent des pré-requis et/ou constituent un approfondissement de ce qui aura été préalablement abordé.

En classe de seconde, les élèves découvrent la diversité du secteur de l'hôtellerie et de la restauration dans ses dimensions restauration et hébergement. En classes de première et terminale, ils analysent les processus de production de services dans différents contextes de restauration et d'hébergement.

Des programmes inscrits dans la réalité des organisations de l'hôtellerie et de la restauration

L'établissement hôtelier et/ou de restauration s'inscrit dans un système de production de services (servuction). C'est la raison pour laquelle les programmes de sciences et technologies des services sont structurés autour de quatre thèmes :

- thème 1 - Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration (20 % du temps).
- thème 2 - Le personnel au cœur du système (environ 20 % du temps).
- thème 3 - Le support physique au service des acteurs de la servuction (10 % du temps).
- thème 4 - Les produits et services supports de la création de valeur (50 % du temps).

L'articulation entre ces quatre dimensions en vue de la production de services est permise par le système d'organisation interne à l'établissement d'hôtellerie et de restauration, non visible par le client.

Bien qu'écrit de façon séquentielle (clients, personnels, supports physiques, produits et services), le programme est conçu pour être mis en œuvre de façon dynamique au cours d'activités de production culinaire et de services dans des conditions réelles ou simulées. Celles-ci sont inscrites dans un concept de restauration qui combine un système de production culinaire et un système de distribution.

- Le système de production est défini par la combinaison d'un concept de fabrication (cuisine traditionnelle, cuisine d'assemblage, cuisine d'assemblage d'opportunité, cuisine à base de produits de 4^{ème} et 5^{ème} gamme) et d'un type de liaison qui permet une consommation immédiate ou différée de la production.
- Le système de distribution est défini par l'ensemble des prestations proposées par l'établissement d'hôtellerie-restauration (au restaurant, au bar et à l'hôtel).

Des programmes inscrits dans la démarche technologique

Il ne s'agit pas de rechercher l'étude exhaustive de toutes les situations possibles permises par les concepts de restauration ou d'hôtellerie, mais de choisir les situations qui apparaissent les plus pertinentes au regard des objectifs pédagogiques fixés et qui favorisent la compréhension du fonctionnement des entreprises d'hôtellerie-restauration.

Les mises en œuvre du programme sont prioritairement organisées autour d'expériences de production de services (restaurant et hôtel pédagogiques, restaurant scolaire, périodes de stage...). Elles prennent appui sur des situations vécues par les élèves, mobilisent des ressources numériques et des revues spécialisées. Elles les rendent acteurs et en mesure de comprendre les enjeux de la production de services.

Dans cette perspective, les différentes formes de restauration (traditionnelle, gastronomique, collective, rapide, à thème...) et d'hébergement (traditionnel, luxe, chaîne, plein air, para-hôtelier...) constituent des objets d'étude au service de la conceptualisation. Elles sont mobilisées en tant que supports des apprentissages et à ce titre reposent sur une réflexion commune entre les sciences et technologies des services, les sciences et technologies culinaires et l'enseignement scientifique alimentation-environnement.

**Thème 1 – Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration
(environ 20% du temps)**

Le client est au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration et peut être plus ou moins impliqué dans la production du service qu'il consomme. Les besoins du client sont multiples et évolutifs, l'entreprise d'hôtellerie-restauration doit constamment les repérer afin d'apporter les réponses qui permettent de le satisfaire.

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment les établissements prennent-ils en charge le client ?	Identifier et comparer les différents modes de distribution. (1^{re})	La diversité des modes de distribution en hôtellerie-restauration : - à table ; - au buffet ; - au libre-service ; - au comptoir ; - livré (en chambre ou à l'extérieur) ; - automatique ; - ...	À partir de plusieurs expériences de production de services mises en œuvre au restaurant pédagogique et à l'hôtel d'application (par exemple au cours d'un service du petit déjeuner, d'un service de déjeuner ou de dîner, de la distribution d'une chambre), on comparera plusieurs modes de distribution.
	Identifier les segments de clientèle. (1^{re})	La segmentation de la clientèle en hôtellerie-restauration	On étudiera les différents segments de clientèles suivants : - clientèle individuelle (loisirs, affaires) ; - clientèle de groupe (loisirs, affaires).
	Repérer les besoins des clients et y répondre. (1^{re})	La diversité des besoins du client (typologie)	On privilégiera une typologie fondée sur les besoins du client comme : - besoin d'être servi rapidement ; - besoin d'être reconnu ; - besoin d'obtenir un avantage ; - besoin d'être rassuré ; ... On appréhendera notamment les besoins de la clientèle en situation de handicap. Il s'agira de distinguer les différents besoins des clients à partir d'expériences de production de services réelles (au restaurant et/ou à l'hôtel pédagogiques) ou simulées (par exemple sous forme de jeux de rôles).
	Repérer comment l'organisation s'adapte à l'évolution des besoins des clients. (1^{re})	Évolutions et tendances en matière de consommation de services	On s'attachera à partir de quelques exemples à montrer la constante évolution des concepts d'hôtellerie-restauration. On se limitera à une présentation des principales tendances de consommation de services en HR (prise en compte du numérique et des nouvelles technologies,

...). Le recours à des ressources vidéo trouvera ici toute son utilité.

Thème 1 – Le client au centre de l'activité des organisations de l'hôtellerie-restauration (suite)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment les établissements prennent-ils en charge le client ? (suite)	Repérer les différents niveaux d'implication du client dans la servuction. T	La coproduction de service par le client	Le client coproducteur de service : selon le mode de distribution, le client est plus ou moins impliqué dans la production du service qu'il consomme. On abordera cette notion en comparant par exemple : - la réalisation d'une prestation au buffet et la réalisation d'un service à table ; - l'accueil client à la réception de l'hôtel et au moyen d'une borne de réception automatique.
	Faire le lien entre les attentes du client et la nature de sa prise en charge. T	La relation entre les attentes, la prise en charge du client et son degré de satisfaction La mesure de satisfaction du client : les outils de mesure	Ces notions pourront être appréhendées à travers des expériences de production de services qui donneront lieu à la mise en œuvre d'outils destinés à apprécier la satisfaction du client (questionnement direct du client, questionnaire de satisfaction, visite d'un client mystère ...).
	Appréhender les aléas de service dans la prise en charge du client. T	Le repérage, l'analyse et le traitement des aléas (événements imprévisibles : incidents pendant la production de service, client en retard, demande non prévue, erreur dans la réservation,...) pendant la prise en charge du client	Cette démarche permettra une analyse et la mise en œuvre d'actions correctrices notamment durant une prestation de services à l'hôtel et/ou au restaurant pédagogiques. <i>↳ Il conviendra ici de faire le lien avec l'enseignement de l'économie et gestion hôtelière.</i>

Thème 2 - Le personnel au cœur du système (environ 20 % du temps)

Le personnel constitue une ressource importante pour une entreprise hôtelière. Les formes et les situations de travail sont très variées et nécessitent une adaptabilité du personnel de service. Au-delà des compétences techniques, le personnel doit inscrire son action dans un cadre normatif et dans une démarche de développement durable inhérente aux évolutions sociétales.

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Le personnel : une ressource pour l'établissement ?	Identifier la diversité et la richesse des parcours du personnel de service en hôtellerie restauration. (1 ^{re})	<p>Les différents niveaux de qualification en production de services</p> <p>L'équipe ou brigade de restaurant : composition, fonctions et place dans la hiérarchie et l'organisation de l'établissement</p> <p>L'équipe ou brigade du département hébergement : composition, fonctions et place dans la hiérarchie et l'organisation de l'établissement</p>	À partir, de l'étude d'annonces de recrutement issues de différentes sources (journaux spécialisés, page-recrutement des sites de chaînes hôtelières, etc.) on comparera les exigences des entreprises en termes de compétences. On identifiera les niveaux de formation, les critères mis en avant par les entreprises en fonction de la classification et de la structure des établissements (organisation). On s'attachera également à souligner l'existence de différents statuts de personnel (salarié, extra, personnel intérimaire, sous-traitant).
	Appréhender les enjeux d'une bonne communication interne lors de la production de services. (1 ^{re})	<p>Les documents et les outils supports d'information</p> <p>Les différents flux d'informations</p> <p>Les circuits de l'information</p> <p>La communication salle/cuisine</p> <p>La communication réception/étages</p> <p>La communication entre les autres services de l'organisation</p>	<p>À partir de situations de production de services (par exemple, lors d'une prise de commande ou d'un accueil) on mettra en évidence :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la nécessité d'une bonne communication entre les différents services ; - les circuits et la circulation de l'information entre les différents services de l'établissement ; - les outils de collecte et de transmission de l'information (bon de commande papier ou numérique, base de données, système d'information intranet ou autre ...) - la facturation et l'encaissement des prestations au restaurant et à l'hôtel. <p>Ces aspects seront abordés de manière récurrente notamment lors des synthèses réalisées à l'issue des séances au restaurant et/ou à l'hôtel pédagogiques.</p>

Thème 2 - Le personnel au cœur du système (suite)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Le personnel : une ressource pour l'établissement ?	Appréhender les enjeux de la communication du personnel avec l'extérieur. (T)	Les informations en provenance de l'extérieur Les outils de communication avec l'extérieur Les prescripteurs et les sites comparateurs ou d'avis de consommateurs	À partir de situations de production de services (par exemple, lors d'un contact téléphonique, d'un échange de courriels, ou d'un avis émis sur un site internet d'avis de consommateurs) on mettra en évidence l'intérêt : - d'une bonne communication avec l'extérieur ; - des outils de communication extérieure (téléphone, messagerie, site de l'hôtel, sites des OTA, sites consommateurs ...).
	Montrer comment le personnel peut s'impliquer dans une démarche de développement durable (T) .	L'impact environnemental de l'établissement Les certifications et les labels Achats éco-responsables, circuit court, gestion des déchets, économies d'énergie Sensibilisation et implication du personnel à la mise en œuvre de la démarche de développement durable	À partir d'expériences de production de services, de supports vidéo, de sites internet, de visites, d'articles de presse ..., on montrera, notamment lors de séances de synthèse, les diverses actions et moyens pouvant être mis en œuvre dans le cadre de l'implication du personnel dans la démarche de développement durable. <i>⇒ Il conviendra ici de faire le lien avec l'enseignement de STC et d'économie et gestion hôtelière.</i>
	Analyser les enjeux de l'implication du personnel dans le repérage des situations de service à risque et dans la mise en place de solutions (T) .	Les sources de risque (pour le client, pour le personnel) Les moyens de protection, la prévention des risques Les gestes et postures	À partir de mises en situation de production de services (ex : en travail d'office restaurant ou étages) on montrera les différentes situations de service à risques : - manipulation de produits d'entretien, respect des protocoles ; - port de charges lourdes, postures inadéquates ; - gestes à risque ; - ... <i>⇒ Il conviendra ici de faire le lien avec l'enseignement de STC et l'enseignement de sciences alimentation-environnement.</i>
	Repérer en quoi le personnel est tout à la fois une charge et une	Notion de coût du personnel L'importance du coût du	On démontrera qu'en fonction du modèle d'activité de l'entreprise (économique, traditionnel, luxe, ...) les charges de personnel varient.

	ressource pour un établissement hôtelier (1) .	personnel dans le coût de production d'une entreprise d'hôtellerie-restauration	⇒ Il conviendra ici de faire le lien avec l'enseignement d'économie et gestion hôtelière.
Thème 3 - Le support physique au service des acteurs de la servuction (environ 10 % du temps)			
Dans un contexte de production de services, client, personnel et support physique sont en interaction. Le support physique doit alors être agencé et utilisé afin de répondre aux besoins des clients et du personnel.			
Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment utiliser et adapter le support physique à un contexte d'hôtellerie restauration ?	Analyser une organisation type de locaux. (1re)	L'implantation des locaux (salle de restaurant, offices, bar, plonges, chambres, réception ...)	À partir des locaux du restaurant scolaire, du restaurant d'application et/ou de l'hôtel d'application, on pourra faire schématiser l'organisation type des locaux. Il s'agira d'en comprendre le fonctionnement en se limitant aux flux de circulation des personnes et des marchandises.
	Mesurer les enjeux de l'entretien du support physique. (1re)	L'entretien des supports physiques (locaux, équipements et matériels) : - nécessité sanitaire, - obligations légales, - nécessité commerciale.	On montrera que l'entretien des locaux, des équipements et du matériel revêt différentes dimensions : - sanitaire ; - organisationnelle ; - commerciale ; - économique ; - légale. On se limitera, par exemple, à aborder la traçabilité des opérations de nettoyage et l'obligation de résultat. ⇒ On fera ici le lien avec l'enseignement de sciences alimentation-environnement et de STC.
	Apprécier la diversité des équipements et aménagements mis en œuvre en fonction du contexte d'hôtellerie-restauration.	L'adéquation entre les matériels, mobiliers et linge choisis et les attentes des clients L'adaptation des équipements aux contraintes économiques	On montrera à travers quelques situations réelles, dans plusieurs contextes d'hôtellerie-restauration, que les choix d'équipements et d'aménagements sont pertinents s'ils répondent aux attentes des clients et aux impératifs économiques de l'entreprise. On montrera que le concept et le mode d'exploitation (appartenance à une chaîne volontaire ou intégrée, être indépendant ou

	(T)	(notion de coût) Les aménagements et la décoration au service du concept dans le cadre d'un mode d'exploitation	franchisé) ont une influence sur les aménagements et la décoration. ⇔ On fera ici le lien avec l'enseignement de sciences alimentation-environnement, de STC et d'EGH.
--	------------	--	---

Thème 3 - Le support physique au service des acteurs de la servuction (suite)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment utiliser et adapter le support physique à un contexte d'hôtellerie restauration ? (suite)	Appréhender les enjeux de la conception d'un support de vente en hôtellerie-restauration. (T)	Les éléments structurants des supports de vente au restaurant et à l'hôtel : - choix des prestations proposées (nombre de prestations, intitulé des prestations, produits locaux, circuits courts, saisonnalité...) - l'offre commerciale (prix des prestations (et non fixation des prix), forfaits, formules, ...) - la présentation des supports (choix du type de support ; ...) - la législation.	On montrera que la conception des supports de vente au restaurant et à l'hôtel doit, selon les contextes, prendre en compte différents aspects : - offre commerciale de l'établissement ; - aspects légaux ; - digitalisation croissante des actes d'achat ; - fiabilité et rapidité de la transmission de l'information... On profitera d'expériences de production de services pour élaborer des supports de vente dans des cas simples, par exemple : - menu d'un repas à thème ; - carte des petits déjeuners ; - chevalets promotionnels ; - carte de room service ; - prestations VIP ... La fixation des prix est évoquée mais ne donnera pas lieu à développement. ⇔ On fera ici le lien avec l'enseignement des STC et de l'économie et gestion

			<i>hôtelière.</i>
--	--	--	-------------------

Thème 4 – Les produits et services créateurs de valeur (environ 50 % du temps)

La production de services en hôtellerie-restauration résulte de l'interaction entre client, personnel et support physique. Cela implique en amont un choix réfléchi des produits et en aval des décisions quant à leur valorisation.

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment choisir les produits et services entrants dans la production de services (servuction) ?	Caractériser les produits et services utilisés dans la production de services à l'hôtel. (1 ^{re})	<p>Le linge :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les familles de linge (plat, éponge). - les principales fibres (coton, polycoton...). - les modes de traitement (interne, externe, mixte). - le coût d'entretien en sous traitance. <p>Les uniformes</p> <p>Les produits d'accueil</p> <p>Les produits d'entretien :</p> <ul style="list-style-type: none"> - types de produits d'accueil et entretien - coût d'achat 	<p>On comparera différents types de linge, produits d'accueil et produits d'entretien dans des contextes variés (hôtel pédagogique, lieux de stage et/ou de visite).</p> <p>Pour le linge, on se limitera aux principaux traitements : coût d'entretien d'un drap, d'une housse de couette.</p> <p>On s'attachera à souligner, à partir de cas simples, le rôle que jouent les uniformes dans la relation avec les clients.</p> <p>De même, en matière de produits, on abordera le rôle et le coût des produits d'accueil ainsi que les critères qui président au choix des produits d'entretien.</p>
	Caractériser les fromages utilisés dans la production de services au restaurant. (1 ^{re})	<p>Les familles de fromage :</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualités organoleptiques - étapes d'élaboration ; - origine géographique. <p>Production artisanale et production industrielle des fromages</p> <p>Coût d'achat des fromages</p>	<p>En menant une analyse sensorielle des fromages, on s'attachera à en déterminer les qualités organoleptiques. On établira le lien avec les principales étapes d'élaboration et les origines géographiques (terroir).</p> <p>On complétera l'étude des huit familles de fromage vues en classe de seconde en se limitant aux AOP.</p> <p>↔ On fera ici le lien avec l'enseignement de sciences alimentation-environnement.</p>
	Caractériser les vins utilisés dans la production de services au restaurant.	<p>Les vins tranquilles rouges, blancs secs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualités organoleptiques - étapes d'élaboration ; - cépages ; 	<p>En menant une analyse sensorielle, on s'attachera à déterminer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les qualités organoleptiques des produits ; - les principales régions viticoles, les

	1 ^{re}) et (T)	- origine géographique ; - coût d'achat. (1 ^{re})	principaux cépages et principales appellations.
--	--------------------------	--	---

Thème 4 – Les produits et services créateurs de valeur (suite)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
		<p>Les vins effervescents et les vins tranquilles rosés et liquoreux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualités organoleptiques - étapes d'élaboration ; - cépages ; - origine géographique ; - coût d'achat. (T) 	<p>On fera le lien avec les principales étapes d'élaboration et les origines géographiques (terroir). On se limitera à présenter, pour chaque région :</p> <ul style="list-style-type: none"> - quelques appellations emblématiques, - leurs cépages représentatifs. <p>⇔ On fera ici le lien avec l'enseignement de sciences alimentation-environnement.</p>
Comment choisir les produits et services entrants dans la production de services (servuction) ? (suite)	Caractériser les vins utilisés dans la production de services au restaurant. (suite)	La classification officielle et les labels des vins français (T)	À partir de l'étude de supports de vente de différents contextes de restauration - prioritairement celui du restaurant d'application -, de recherches sur internet..., on analysera la classification officielle des vins français.
	Caractériser les produits utilisés dans la production de services au bar. (T)	<p>Les produits de bar :</p> <ul style="list-style-type: none"> - qualités organoleptiques - principes généraux d'élaboration. - classification ; - origine géographique ; - coût d'achat. <p>La réglementation des débits de boissons</p>	<p>À partir d'analyses sensorielles (en privilégiant les produits régionaux ou servis au bar pédagogique), on s'attachera à mettre en valeur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les qualités organoleptiques des principaux produits du bar (un produit par famille) ; - les principes généraux d'élaboration (en se limitant aux principes de la distillation, du mutage et de la macération) ; - les classifications des produits de bar (ABA, ABV, liqueurs, eaux de vie, BRSA, boissons chaudes). <p>On profitera de l'étude des produits de bar pour établir le lien entre les groupes de boissons et les licences.</p>

Évaluer les besoins en produits. (1)	<p>La consommation de produits et de prestations de services extérieurs dans la production de services</p> <p>La prévision des besoins en produits</p>	<p>On observera les quantités de produits utilisées lors d'expériences de production de service (linge et produits d'accueil, produits d'entretien, vins, eaux, pain, fromages, serviettes papier ...).</p> <p>On en déduira les règles de prévision des besoins en se limitant à un exemple en hôtellerie et un exemple en restauration.</p> <p>⇔ On fera ici le lien avec l'enseignement de STC et d'EGH</p>
---	--	--

Thème 4 – Les produits et services créateurs de valeur (suite)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment valoriser les services en hôtellerie-restauration ?	Repérer les caractéristiques des produits et services permettant leur mise en valeur. (1^{re})	<p>L'argumentation commerciale des prestations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en hôtellerie ; - en restauration. <p>Initiation à l'accord mets/vins</p> <p>Image de marque des produits et des services</p>	<p>À partir d'expériences de production de services et d'analyses sensorielles de produits, on définira les arguments nécessaires à une commercialisation optimale.</p> <p>On insistera sur la pertinence du lien entre les caractéristiques du produit et son contexte d'utilisation.</p>
	Identifier la création de valeur engendrée par le service. (1^{re})	Le parcours client en hôtellerie	<p>À partir de mises en situation réelles ou simulées à l'hôtel pédagogique, d'observations de vidéos de divers contextes hôteliers (hôtellerie de luxe, hôtellerie de plein air, parahôtellerie ...), on étudiera la création de valeur générée par le service :</p> <ul style="list-style-type: none"> - à l'arrivée du client ; - à l'occasion d'une réponse apportée à une demande d'information ; - lors d'une prestation de service ; - lors du départ du client. <p>On veillera à mobiliser un environnement numérique adapté (logiciel hôtelier, traitement de texte, tableur, messagerie ...).</p>

		Le service en hôtellerie-restauration	À partir d'expériences de production de services au restaurant pédagogique et/ou d'application, on analysera la création de valeur des principales formes de service :
		Le service des vins	- le service des vins (hormis le service du vin rouge au panier, le carafage et la décantation) ;
		Le service des boissons chaudes	- le service du café, du thé et des infusions ; plateau de courtoisie.
		Le service des mets à table	- le service des mets : à la française, à l'anglaise ; finitions simples au guéridon, en continuité avec la cuisine ;
		Les autres types de service des mets	- au buffet ou sur un stand dans un self ; service au buffet (petit déjeuner) ; service au plateau (dans les transports, petit déjeuner, room-service ...).

Thème 4 – Les produits et services créateurs de valeur (suite)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
Comment valoriser les services en hôtellerie-restauration ? (suite)	Identifier les caractéristiques d'un service créateur de valeur (T)	L'animation en restauration	À partir de mises en situations réelles dans différents contextes au restaurant pédagogique et/ou de visites en entreprises, on étudiera les services qui créent de la valeur dans des contextes spécifiques : - le service au bar : les boissons du bar et les principaux cocktails classiques ; - le service actuel des mets : découpages simples, flambages, service du fromage au plateau et au chariot ; - le service des vins : panier et carafage.
		Les services spécifiques en hôtellerie :	À partir de mises en situation réelles ou simulées à l'hôtel d'application et de l'observation de vidéos d'autres contextes hôteliers, on analysera la création de valeur des services spécifiques en hôtellerie :
		- le service de la couverture ;	- principe du service de la couverture en fonction du contexte d'hébergement au cours de cas simples ;

		- accueil différencié des clients ;	- principe de la différenciation de l'accueil en fonction du client (par exemple, accueil VIP...);
		- la conciergerie ;	- le service conciergerie : rôle et fonctions de ce service à travers des cas simples ;
		- les services annexes.	- les services annexes : centre de conciergerie en entreprise, business center, spa, pressing, boutique... : on se limitera à évoquer ces services comme éléments de la création de valeur dans leur contexte.

Thème 4 – Les produits et services créateurs de valeur (suite et fin)

Questions	Capacités	Notions et objets d'enseignement	Mise en œuvre
	<p>Repérer les facteurs permettant la mise en valeur des produits et services. (T)</p>	<p>Les facteurs d'ambiance (présentation)</p>	<p>À partir de recherches documentaires et de mises en situation réelles au restaurant et à l'hôtel pédagogiques, on observera les conséquences des facteurs d'ambiance sensoriels sur la création de valeur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ambiance musicale ; - signature olfactive ; - décoration florale ; - jeux de lumière - ... <p>Il ne s'agira pas de mettre en place de tels facteurs d'ambiance mais de comprendre leur rôle dans la mise en valeur des produits et des services à partir de l'étude de quelques situations simples.</p>