

Programme court de premier cycle en gestion du tourisme

Téléphone : 514 987-3650
Courriel : cert.tourisme@uqam.ca
Site Web : esg.uqam.ca/programmes/programme-court-de-1er-cycle-en-gestion-du-tourisme/

Code	Titre	Grade	Crédits
0535	Programme court de premier cycle en gestion du tourisme	Attestation d'études, Att.	15

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver Été
Contingent	Programme non contingenté
Régime et durée des études	Offert à temps partiel
Campus	Campus de Montréal

PROTOCOLE D'ENTENTE

Programme offert conjointement avec la Télé-Université (TÉLUQ).

OBJECTIFS

Ce programme a pour objectifs de répondre aux besoins de perfectionnement des gestionnaires d'entreprises et d'organismes de l'industrie touristique tant du secteur privé que du secteur public. De type professionnel, ce programme vise à former des gestionnaires qualifiés en tourisme et possédant une approche globale, cohérente et opérationnelle.

Le programme permettra au candidat d'acquérir des connaissances théoriques et pratiques sur le système touristique; d'élargir sa compréhension des différents aspects économiques, politiques, sociaux, culturels et environnementaux du tourisme et de développer ses habiletés de gestion.

CONDITIONS D'ADMISSION

Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission aux trimestres d'automne, d'été et d'hiver.

Connaissance du français

Tous les candidats doivent avoir une connaissance satisfaisante du français écrit et parlé. La politique sur la langue française de l'Université définit les exigences à respecter à ce sujet.

Base DEC

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent.

Base expérience

Être âgé d'au moins 21 ans, posséder les connaissances appropriées et une expérience attestée d'au moins 2 années dans le secteur du tourisme, ou avoir occupé un poste administratif ou de direction pendant au moins 2 années.

Base études universitaires

Au moment de la demande d'admission, avoir réussi au moins cinq cours de niveau universitaire dans une université québécoise, d'une autre province ou d'un autre pays. Une moyenne académique minimale de 2,0 sur 4,3 est exigée.

Base études hors Québec

Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec, après au moins treize années de scolarité ou l'équivalent ou selon les ententes conclues avec le Gouvernement du Québec. Une moyenne académique minimale de 11 sur 20 ou l'équivalent est exigée.

Régime et durée des études

En raison des préalables de certains cours, le programme peut être suivi à temps partiel seulement.

COURS À SUIVRE

(Sauf indication contraire, les cours comportent 3 crédits. Certains cours ont des préalables. Consultez la description des cours pour les connaître.)

Les cinq cours suivants (15 crédits) :

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme
 EUT4138 Gestion des événements et congrès
 EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme
 MGT2150 Management
 MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

L'étudiant qui souhaite suivre les cours à la TELUQ doit se fier à la table de correspondance suivante :

- Le cours MGT2150 Management de l'UQAM est équivalent au cours ADM1002 Initiation à la gestion de la TELUQ.
- Le cours EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme de l'UQAM est équivalent au cours EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme de la TELUQ.
- Le cours EUT4138 Gestion des événements et congrès de l'UQAM est équivalent au cours EUT4138 Gestion des événements et congrès de la TELUQ.
- Le cours EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme de l'UQAM est équivalent au cours EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme de la TELUQ.

- Le cours MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie de l'UQAM est équivalent au cours MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie de la TELUQ.

Les descripteurs des cours de la TELUQ peuvent être consultés sur le site internet de la TELUQ.

DESCRIPTION DES COURS

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme

L'objectif de ce cours est de familiariser l'étudiant aux diverses dimensions du tourisme et à son système d'acteurs. Plus spécifiquement, ce cours vise à faire acquérir à l'étudiant des connaissances liées à la compréhension du tourisme en rapport avec l'évolution des sociétés. Il vise également à développer chez lui des aptitudes à travers l'observation des comportements touristiques, selon les exigences de la recherche sociale, à travers l'étude de la production des attractions et l'identification des enjeux induits par le phénomène touristique en relation avec les tendances de la société. Par l'étude de son histoire, le cours propose dans un premier temps un tour d'horizon des circonstances ayant favorisé l'émergence du voyage comme activité identitaire. Il décortique ensuite l'industrie, ses acteurs et leurs interactions afin de comprendre comment fonctionne le système touristique à la lumière de l'étude de quelques modèles. Enfin, le cours se penche sur les principaux enjeux du tourisme d'aujourd'hui et de demain, dont celui du développement durable. Tout au long du cours, l'étudiant sera amené à décrire, à analyser et à interpréter l'ensemble des rapports entre les cultures, les sociétés, les groupes et les individus impliqués dans l'univers du tourisme.

EUT4138 Gestion des événements et congrès

Les objectifs de ce cours sont les suivants: permettre une compréhension de la dynamique qui caractérise le secteur des événements, des foires et des congrès; situer l'importance économique et stratégique de ce secteur au sein de l'industrie touristique; connaître et identifier le rôle des principaux acteurs; analyser les fonctions et les activités mises en oeuvre; faciliter chez l'étudiant l'utilisation des outils essentiels pour lui permettre de planifier et gérer de telles activités. Ce cours définit les concepts d'événements, de foires, de congrès et de voyages de stimulation en s'attardant aux caractéristiques propres à chacun. Il situe leur importance dans l'industrie touristique et identifie les principaux acteurs à l'échelle internationale, nationale et régionale. À travers des situations de gestion et de prises de décision, les étapes essentielles à la réalisation, à l'implantation et au contrôle sont abordées de même que le rôle et les tâches des gestionnaires-organisateur. Cette démarche comprend entre autres l'analyse des thèmes suivants: les caractéristiques de l'offre et la demande, les relations entre les intervenants (concurrents, alliés, fournisseurs), la logistique et les opérations types de chacune des activités dont celles d'un centre de congrès ainsi que la prospection des marchés et la recherche de clients. Compréhension et utilisation des techniques et outils de la gestion de projets; échéancier critique et utilité de logiciels; évaluation des progrès.

Préalables académiques

MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ou MET2150 Management ou MTG2150

EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme

L'objectif du cours est de familiariser l'étudiant aux principes et aux pratiques des technologies de l'information et de communication utilisés dans les réseaux de distribution en tourisme. Le cours vise à transmettre à l'étudiant des connaissances sur l'évolution, les enjeux et les tendances des TIC, à dégager les bonnes pratiques en matière d'utilisation des technologies de la distribution au sein d'une destination et à explorer différentes approches d'adaptation aux technologies utilisées les plus fréquemment dans l'industrie. Ce cours présente de manière exhaustive les réseaux de distribution utilisés par l'industrie touristique et aborde les problématiques reliées à la formulation et la mise en oeuvre d'une stratégie en e-tourisme à l'échelle d'une destination.

Préalables académiques

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

MGT2150 Management

Objectifs

Comment penser une entreprise pérenne? Il faut penser son management. Le management est à la fois l'administration des choses et le gouvernement des hommes. Ce n'est pas que techniques et recettes de gestion: c'est un métier, un champ de connaissances, et une pratique porteuse d'une idéologie. Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure : De situer le management dans son contexte global, d'en définir le rôle et d'en mesurer l'impact sociétal; De se constituer une culture générale du management et de ses ancrages historiques, économiques et philosophiques; De raisonner sur son environnement en manager intelligent et responsable ainsi que sur les outils utilisés en management, en abordant la complexité du système qu'est l'organisation; De s'interroger sur les « pourquoi » des « comment » du management, pour sortir du seul rôle de technicien de gestion, utilisateur d'outils, et se forger une compétence d'analyste.

Sommaire du contenu

Parmi les thèmes traités dans ce cours : Les fondements classiques du management pour comprendre ce que l'on entend par une approche réhumanisée du management, replacer les théories dans leur contexte historique, économique et scientifique et prendre conscience des emprunts faits au passé : la perspective technique et ses critiques la perspective humaine et ses critiques Les concepts et fonctions classiques du management contemporain : portrait du système managérial nord-américain et de son imbrication dans un système économique et sociopolitique global particulier. processus classique d'administration : décision, direction, planification, organisation et contrôle. Les approches récentes du management des idées et des connaissances dans l'organisation créatrice contemporaine. Les questionnements généraux qu'engage le management sur la conception de l'être humain et sur le rapport aux autres, à la collectivité, à la richesse et à la nature.

Modalité d'enseignement

Le cours s'inspire de l'approche pédagogique de la classe inversée. Les étudiants doivent faire leurs lectures avant le début de chaque séance, afin d'arriver préparés aux activités pédagogiques prévues en classe. L'approche pédagogique de ce cours, comporte ainsi deux volets complémentaires conçus pour impliquer l'étudiant dans son processus d'apprentissage. 1) Des lectures personnelles, exposés magistraux interactifs, exercices de mémorisation et de discussions structurées en groupe pour faire connaître et comprendre les concepts et les principes de base du management. 2) L'application pratique de ces notions par la réalisation d'exercices (discussions en petites équipes suivies de plénières, jeux, jeux de rôle, études de cas, mises en situations, etc.) qui permettent de se familiariser avec les pratiques du management, tout en prenant l'habitude de poser un regard critique sur celles-ci. Afin de rendre le cours le plus vivant possible, les étudiants sont invités à y partager leurs expériences, en posant des questions en rapport avec la matière, et en commentant l'actualité liée à celle-ci.

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

Ce cours a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de base du marketing du tourisme et de l'hôtellerie. La place du marketing dans l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie. La notion de marketing; la gestion des échanges. Les spécificités du marketing de services touristiques. Le comportement d'achat et la recherche marketing en tourisme. La gestion des services: qualité/service à la clientèle. Le prix et la fixation des prix. La distribution physique et le rôle des intermédiaires. La communication personnelle et impersonnelle.

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.
Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 28/01/22, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Été 2022