

Cheminement intégré DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion touristique

Téléphone : 514 987-3650
Courriel : bac-gth@uqam.ca
Site Web : www.esg.uqam.ca/bgth

Code	Titre	Grade	Crédits
7373	Cheminement intégré DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion touristique	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90

Contingent	Programme contingenté
Campus	Campus de Montréal

PROTOCOLE D'ENTENTE

Il s'agit du DEC en Gestion en Gestion touristique (GT) de l'ITHQ, et de la concentration tourisme du baccalauréat en gestion de tourisme et de l'hôtellerie, du programme de l'ESG UQAM offert en collaboration avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ).

Le libellé du diplôme comporte, à la suite du nom du programme, la mention suivante: «Offert en collaboration avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, cheminement intégré Diplôme d'études collégiales/Baccalauréat».

OBJECTIFS

Le programme de baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie a pour objectif de former des professionnels du tourisme capables de gérer le phénomène touristique et les diverses entreprises qui y sont reliées. Leur compétence générale se situera au niveau de la gestion du tourisme et de certaines de ses composantes principales (produits et services, clientèles, projets de développement, événements, etc.), soit au niveau plus spécifique de la gestion hôtelière et de restauration. La formation aborde le tourisme dans ses multiples facettes mais plus particulièrement sous l'angle de la gestion. Elle vise l'acquisition de connaissances théoriques et de compétences professionnelles permettant aux intervenants formés d'analyser le secteur touristique national et international, de gérer des entreprises de services touristiques, en termes de qualité, d'efficacité et de productivité et de faire preuve d'aptitudes personnelles (autonomie, leadership, communication, etc.) et méthodologiques reliées au milieu touristique. Une familiarisation avec le milieu du travail par l'entremise de travaux pratiques et d'un stage permet aux étudiants une meilleure intégration à ce milieu.

CONDITIONS D'ADMISSION

Conditions particulières d'admission

Pour être admissibles à ce programme de baccalauréat, les étudiants devront satisfaire aux conditions suivantes :

- avoir terminé la deuxième année (4 trimestres) du DEC en Gestion touristique (GT) de l'ITHQ avec une cote R minimale de 23;
- obtenir le DEC en Gestion touristique (GT) de l'ITHQ au plus tard dans les douze mois suivant la première inscription avec une cote R minimale de 25;
- avoir réussi un cours de mathématiques de niveau collégial ou suivre le cours d'appoint MAT1002 Introduction aux méthodes quantitatives appliquées à la gestion (hors programme) (cours hors programme) ou réussir un test de mathématiques. Cette condition devra être réussie avant de pouvoir suivre le cours MAT2080 Méthodes statistiques.

Critères de sélection

- la cote de rendement au collégial;
- que tous les cours du programme du DEC, correspondant à la fin de la deuxième année, soient réussis ou en voie de l'être;
- que la moyenne des notes cumulées dans les cours de l'ordre collégial, au moment de l'admission au DEC/Baccalauréat, soit supérieure à la moyenne des groupes/cours concernés;
- qu'il y ait une constance dans la réussite des cours des différentes sessions, au moment de l'admission, et ce, dans un contexte d'études menées à temps plein (minimum 4 cours);
- que la valeur des notes cumulées, dans les cours de philosophie et de français en formation générale au collégial soit supérieure à la moyenne des groupes/cours concernés;
- que les candidats potentiels réussissent une entrevue de sélection menée par les services éducatifs de l'ITHQ pour valider leur motivation, et ce, à partir d'un texte explicitant leur choix.

Connaissance du français

Tous les candidats doivent posséder une maîtrise du français attestée par l'une ou l'autre des épreuves suivantes: l'Épreuve uniforme de français exigée pour l'obtention du DEC, le test de français écrit du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport ou le test de français écrit de l'UQAM. Sont exemptées de ce test les personnes détenant un grade d'une université francophone et celles ayant réussi le test de français d'une autre université québécoise.

COURS À SUIVRE

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

APRÈS L'ADMISSION CONDITIONNELLE:

Cheminement intégré du DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie ITHQ-UQAM (s'applique pour les admissions conditionnelles à partir du trimestre d'automne 2008)

Programme collégial «Gestion touristique» (GT)

En sus des cours collégiaux imposés par le programme du DEC de l'ITHQ les cinq cours universitaires suivants devront être suivis dans la troisième année du DEC selon un cheminement prédéterminé.

Cours universitaires (15 crédits):

EUT1107 Tourisme et société
EUT4138 Gestion des événements et congrès
EUT5020 Droit du tourisme
MKG5327 Publicité

ou

COM1065 Relations de presse

MAT2080 Méthodes statistiques

(Pour le cours MAT2080, voir les conditions particulières d'admission).

Note: dans ce cheminement, les cours préalables entre () sont accordés en équivalence à l'obtention du DEC à l'exception du cours MET2100 qui devra être suivi après l'admission définitive.

Après la réussite de l'épreuve synthèse de DEC, le tronc commun et la concentration ne comportent que des cours universitaires et sont effectués sur le nombre d'années requises par le statut d'études à temps plein ou à temps partiel.

APRÈS L'ADMISSION DÉFINITIVE:

Cheminement intégré du DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie ITHQ-UQAM (s'applique pour les admissions définitives à partir du trimestre d'automne 2009)

Programme collégial «Gestion touristique» (GT)

Note: Dans le cheminement GT les cours EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques, GEO4500 Territoires touristiques, MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie, ORH1163 Comportement organisationnel et SCO1250 Introduction aux sciences comptables sont accordés en équivalences à l'obtention du DEC et n'ont pas à être suivis parmi les cours universitaires.

les douze cours suivants (36 crédits):

ECO1300 Analyse microéconomique

ECO2400 Analyse macroéconomique

EUT1072 Développement durable et gestion

ou

DSR2010 Responsabilité sociale des entreprises

ou

ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises

EUT3107 Préviation et prospective du tourisme

EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I

EUT4140 Technologie, distribution et transports

FIN3500 Gestion financière

GHR3001 Gestion de l'exploitation hôtelière et de restauration

MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique

MET5333 Gestion de l'exploitation et de la qualité dans les services touristiques

MKG5322 Gestion des ventes

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

COURS DE CONCENTRATION

les deux cours suivants (6 crédits):

EUT5105 Méthodologie de la recherche en tourisme II

MKG5332 Développement, gestion et mise en marché des produits touristiques

un cours parmi les suivants (3 crédits):

DSR5100 Stratégie de gestion

EUT5030 Séminaire sur les politiques et les stratégies des entreprises touristiques

trois ou quatre cours parmi les suivants selon le choix de l'activité d'intégration (9 ou 12 crédits):

COM1065 Relations de presse

DSR4700 Gestion internationale et cultures

ECO2043 Économie et tourisme

EUT5104 Environnements administratifs et politiques du tourisme

EUT5108 Tourisme et aménagement

EUT5109 Tourisme urbain

EUT5110 Écotourisme et espaces naturels

EUT5111 Patrimoine touristique

MKG5321 Marketing international

ORH5435 Introduction à la convention collective

ou tout autre cours choisi avec l'accord de la direction du programme.

un ou deux cours choisis dans l'un des blocs A, B, C ou D

constituant une activité d'intégration (3 ou 6 crédits)

A. École de formation à l'étranger

ESG400X L'entreprise et son milieu: activité thématique

ESG401X Écoles de formation en gestion à l'étranger

B. Projet d'études internationales

ESG502X Projet d'études internationales (6 cr.)

C. Stage

EUT5590 Stage en gestion du tourisme (0 cr.)

EUT6591 Rapport de stage en gestion du tourisme

D. Activité de synthèse

EUT6980 Activité de synthèse en tourisme

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

Cours en anglais

Au moins l'équivalent d'un cours du programme doit être suivi en anglais dans une autre université.

Exigence linguistique en anglais

Tous les étudiants d'un programme menant au grade de B.A.A. ou de B.Sc.G. doivent attester de leur maîtrise de la langue anglaise au niveau intermédiaire. Cette exigence linguistique en anglais peut être satisfaite par la réussite d'un test dont le seuil de passage est établi au niveau intermédiaire ou par la réussite d'un cours d'anglais de niveau intermédiaire dispensé à l'UQAM ou l'équivalent. Les étudiants sont invités à satisfaire à cette exigence dès leur première inscription au baccalauréat. Ainsi, il est vivement conseillé de s'inscrire au test ou à un cours d'anglais au tout début du cheminement dans le programme.

Conditions d'accès à l'activité d'intégration

Pour s'inscrire à l'activité d'intégration, il faut avoir réussi 60 crédits du programme, dont le cours EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I, 9 crédits dans la concentration, et répondre aux exigences linguistiques en anglais. Pour s'inscrire au stage, il faut en outre avoir complété 400 heures de travail dans le domaine du tourisme, de l'hôtellerie ou de la restauration, selon le cas.

Le stage est l'activité standard d'intégration mais ne comporte pas de crédit tout en étant un préalable nécessaire au cours Rapport de stage (EUT6591 Rapport de stage en gestion du tourisme), 3 crédits.

DESCRIPTION DES COURS

COM1065 Relations de presse

Identification des enjeux de communication dans une organisation. Développement des stratégies et des relations de presse. Maîtrise des techniques en matière de relations de presse. Étude des possibilités et des limites, des forces et des faiblesses de tous les médias. Évaluations stratégiques, en mettant en relation le dispositif de production, les types de messages et le public visé. Dégager une sensibilité particulière aux réactions positives et négatives du public visé et du public non visé. Connaissance adéquate de la culture médiatique globale, des médias, et des acceptations et résistances des divers publics aux messages.

DSR2010 Responsabilité sociale des entreprises

Ce cours vise à provoquer une prise de conscience de la multiplicité et de l'importance des pressions sociales qui s'exercent sur les entreprises et à en exposer les principales caractéristiques de manière à ce que l'étudiant puisse mieux comprendre la dynamique du comportement des agents qui interviennent au sein de l'environnement

de l'entreprise. Grâce à ces aptitudes, l'étudiant sera en mesure de développer une lecture de l'environnement de l'entreprise utile dans un cadre de gestion, mais aussi un regard critique sur les rapports changeants entre l'économie, l'entreprise et la société. La réussite et même la légitimité de l'entreprise contemporaine dépendent de plus en plus de sa capacité à satisfaire un nombre croissant de contraintes hors marché, mais aussi de son aptitude à les anticiper en prenant des initiatives susceptibles de répondre aux attentes des différents acteurs avec qui elle interagit et aux aspirations de la société en général. C'est l'analyse de cette dynamique qui constitue la trame du cours. D'abord, le cours présente l'émergence et l'évolution codépendante de l'entreprise et de la société de marché, jusqu'au stade actuel de mondialisation économique et de domination des entreprises multinationales. Le développement du discours et des pratiques de responsabilité sociale d'entreprise comme dispositif d'autorégulation des entreprises est ensuite analysé sur toile de fond d'effritement des pouvoirs de régulation des états nationaux. Le lien entre responsabilité sociale et développement durable est alors établi, avant d'étudier les principaux outils de gestion responsable et de situer dans ce cadre la problématique de l'éthique managériale. Enfin, l'analyse d'enjeux contemporains permet d'entraîner l'étudiant à l'analyse de situations complexes où l'entreprise est simultanément confrontée à des problèmes économiques et des problèmes d'ordre sociopolitique. Le cours est divisé en deux grands segments dont la stratégie pédagogique diffère de façon importante. La première partie du cours, qui porte sur la compréhension du contexte socioéconomique et sociopolitique de l'entreprise, repose principalement sur des exposés magistraux ainsi que des discussions en classe nécessitant des lectures préalables. La seconde partie du cours est consacrée à l'exploration et l'analyse d'enjeux spécifiques et s'articule autour de présentations conçues et animées par des groupes prédéterminés d'étudiants.

DSR4700 Gestion internationale et cultures

L'objectif essentiel de ce cours est de faire prendre conscience à l'étudiant des dimensions technologiques, sociologiques, politiques, idéologiques, religieuses et historiques qui affectent les pratiques managériales dans différents pays. Le cours porte non seulement sur les dimensions culturelles et nationales qui différencient les groupes humains dans leur comportement, mais surtout sur les conséquences dans le management des individus et la gestion des affaires. Le cours vise à réaliser la relativité des principes de gestion souvent présentés comme universels, et à faire comprendre comment chaque pays génère des philosophies et des stratégies managériales qui lui sont propres et pourquoi ces différences constituent l'un des aspects de la gestion à l'étranger.

DSR5100 Stratégie de gestion

Initier les participants à l'une des responsabilités des plus importantes et des plus complexes de la haute direction des entreprises: l'élaboration d'une stratégie et l'implantation des politiques administratives. Développer les capacités et habiletés d'analyse, de synthèse et de prise de décision des participants. Intégrer les concepts nombreux et variés abordés lors des cours préalables et établir entre eux des liens de dynamisme et d'équilibre. Principaux concepts et éléments du domaine stratégique; le rôle du dirigeant; son processus de décision; prospective et analyse de l'environnement; éléments de dynamique concurrentielle; le système de valeurs des dirigeants; la stratégie et la structure; intégration des éléments stratégiques: concept de synergie; synthèse de l'analyse stratégique.

Préalables académiques

FIN3500 Gestion financière ou FIN3505 Finances et relations publiques ou SCO3003 Comptabilité et décisions financières I; MET1110 Organisation, gestion et système d'information ou MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ou MET2150 Management ou MGT2150 Management ou AOT1110 Organisation, gestion et système d'information

ECO1300 Analyse microéconomique

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de prendre conscience de la complexité de l'environnement microéconomique dans

lequel les individus, les ménages et les entreprises évoluent, de connaître les mécanismes par lesquels les variables économiques influencent leurs décisions et enfin, de les familiariser avec les aspects théoriques, institutionnels et politiques de l'analyse microéconomique appliquée à l'économie internationale. À la suite de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de comprendre les principes de l'allocation des ressources dans les économies de marché et d'appliquer ces connaissances à la résolution de problèmes spécifiques à l'économie de l'entreprise, à l'économie industrielle et au commerce international. Rareté, allocation des ressources et coût de renonciation. Comportement des consommateurs et demandes de biens. La production, les rendements d'échelle et le progrès technologique. Coûts de production et position concurrentielle des entreprises. Analyse des marchés concurrentiels, monopolistiques et oligopolistiques. Interventions gouvernementales et réglementation des entreprises. Marché du travail. Externalités et analyse économique de la protection de l'environnement. Sources des avantages comparatifs et des gains de l'échange. Commerce international et politiques commerciales (droits de douane, quotas, subventions). Accords commerciaux multilatéraux: zones de libre-échange et unions économiques. La politique industrielle dans l'environnement international.

Modalité d'enseignement

Cours avec séances de travaux pratiques.

ECO2043 Économie et tourisme

Ce cours a pour objectif d'aider l'étudiant à connaître et comprendre l'environnement économique, en particulier dans sa dimension internationale, des activités et entreprises touristiques; apprécier l'importance économique du tourisme et connaître les mécanismes par lesquels les principales variables économiques influencent les activités touristiques; savoir utiliser les méthodes de calcul économique dans le domaine du tourisme. Application au tourisme des notions de microéconomie; analyse des déterminants de l'offre et de la demande touristique; produits et marchés touristiques. Macroéconomie appliquée au tourisme; revue des notions importantes de macroéconomie; la place du tourisme dans l'économie globale; son impact sur le développement économique; incidence des politiques gouvernementales sur le développement touristique. Économie internationale et tourisme; balance des paiements et tourisme; la détermination du taux de change et son impact sur le tourisme; autres facteurs qui influencent la compétitivité internationale des entreprises touristiques. Application au tourisme des techniques de calcul économique. Les travaux et exercices porteront sur des applications pratiques, par exemple: une analyse empirique de l'offre et de la demande des produits touristiques; la mesure des élasticités-prix; la mesure de la rentabilité des entreprises touristiques; le PIB attribuable aux dépenses touristiques; le calcul de la faisabilité et de la rentabilité de projets touristiques; la mesure des retombées économiques de projets touristiques aux plans local et régional; l'impact des flux touristiques dans des pays en voie de développement.

Préalables académiques

ECO1300 Analyse microéconomique

ECO2400 Analyse macroéconomique

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants de prendre conscience de la complexité de l'environnement macroéconomique dans lequel les individus, les ménages et les entreprises évoluent, de connaître les mécanismes par lesquels les variables économiques influencent leurs décisions et enfin, de les familiariser avec les aspects théoriques, institutionnels et politiques de l'analyse macroéconomique appliquée à l'économie internationale. À la suite de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de comprendre les principales théories qui permettent d'expliquer l'évolution de la production, de l'emploi, des prix, des taux d'intérêt et des taux de change et d'en percevoir les implications relativement au rôle des autorités de la politique économique. Les grandes questions de la macroéconomie: chômage, inflation, croissance et cycles économiques. Faits stylisés de l'économie canadienne: consommation des ménages, investissements des entreprises, dépenses gouvernementales et flux internationaux de biens et services et de capitaux. La monnaie, le crédit et la

détermination des taux d'intérêt. Les marchés financiers internationaux. La balance des paiements, les régimes de taux de change et le financement du commerce extérieur. Conduite de la politique monétaire au Canada. Déficits budgétaires des gouvernements et évolution de la dette publique. Le chômage, l'inflation et les politiques de stabilisation dans le contexte de l'économie mondiale. La croissance économique au Canada et dans le monde. Les prévisions économiques et l'analyse conjoncturelle.

Modalité d'enseignement

Cours avec séances de travaux pratiques.

ESG400X L'entreprise et son milieu: activité thématique

Cours à contenu variable prenant la forme d'un séminaire consacré à une thématique particulière reliée à la gestion de l'entreprise et son milieu économique, concurrentiel, technologique, sociopolitique ou socioéconomique. Ce cours devrait permettre, entre autres, à des participants provenant de divers programmes en gestion d'approfondir des dossiers qui, autrement, auraient été laissés en suspens dans le cadre des autres activités régulières de leur programme respectif. Les étudiants seront ainsi amenés à se pencher, individuellement ou en équipes, sur les diverses composantes que comporte un dossier particulier et à contribuer sur une base collective à la production d'un document exposant la situation de façon élargie et faisant état de recommandations. Les équipes seront encadrées sur une base hebdomadaire par le responsable du cours. Celui-ci voit à ce qu'il y ait synergie entre les équipes afin que le projet soit mené à terme.

ESG401X Écoles de formation en gestion à l'étranger

Cette activité de formation internationale a pour objet de favoriser l'intégration des connaissances acquises tout au long du programme suivi par l'étudiant et de permettre de le situer dans un contexte culturel différent. Le cours s'articule autour de l'approche analytique d'une situation réelle vécue dans une entreprise étrangère, sur un thème particulier identifié à partir d'une problématique spécifique à un secteur, une économie ou un groupement d'intérêts reconnu. Dans le cadre d'une comparaison entre entreprises similaires québécoises et étrangères, un séjour d'études à l'étranger permet de comprendre comment une, des entreprises mettent en application les politiques inhérentes aux diverses fonctions managériales: finance et comptabilité, gestion des ressources humaines et relations de travail, recherche et développement, gestion des opérations, relations publiques, fonction informatique et activités internationales. La dimension internationale de la mise en pratique du savoir acquis par les étudiants doit favoriser la compréhension des différences culturelles et managériales entre un ou plusieurs pays inscrits dans des contextes économiques, concurrentiels, socioéconomiques ou sociopolitiques différents. Le séjour d'études effectué à l'étranger (sur une base individuelle, en équipe ou au niveau d'un groupe-cours) est initié par un professeur-coordonnateur mandaté par le Secteur. Les étudiants doivent préparer en prévision de la fin du séjour d'études un bilan des expériences réalisées sous forme d'une présentation orale accompagnée d'un rapport écrit. Le responsable du cours reçoit le rapport et l'évalue en fonction des objectifs de départ et des critères préalablement établis.

Conditions d'accès

Avoir réussi 60 crédits au moment de la réalisation de l'activité.

Préalables académiques

ESG400X L'entreprise et son milieu: activité thématique

ESG502X Projet d'études internationales

Ce projet vise à permettre aux participants d'acquérir des connaissances, des aptitudes et des attitudes qui les sensibiliseront aux contextes et aux mentalités étrangères et ainsi de prendre conscience de l'importance du contexte culturel dans les négociations et la gestion internationale. Il n'a pas pour but de se substituer aux cours déjà développés dans les domaines fonctionnels de l'analyse internationale, mais plutôt d'offrir aux participants une démarche pédagogique originale concentrée sur une zone géopolitique particulière, significative aux grands mouvements de globalisation des échanges commerciaux.

Le projet se réalise en trois phases: préparation, observation sur le terrain, synthèse et médiatisation des résultats. Au besoin, il peut être scindé en deux blocs de trois crédits.

Modalité d'enseignement

Les activités se déroulent sur une année mais les crédits peuvent être comptabilisés sur un ou deux trimestres. L'évaluation des apprentissages portera sur l'acquisition des connaissances relatives aux contextes étudiés pendant la phase de préparation et celle d'observation sur le terrain et sur un rapport de synthèse qui sera remis au terme du projet, faisant état des activités réalisées et des liens entre la théorie et les phénomènes observés.

Conditions d'accès

Dix cours complétés en sciences de la gestion pour soumettre un projet d'études internationales et/ou quinze cours complétés en sciences de la gestion pour s'inscrire au cours ESG502X Projet d'études internationales, être étudiant à temps complet et obtenir l'autorisation de la direction de son programme.

EUT1072 Développement durable et gestion

Ce cours vise à développer chez les étudiants les connaissances et les habiletés nécessaires à l'intégration des principes de développement durable au sein d'un mode de gestion plus traditionnel des organisations. Plus spécifiquement, ce cours permet aux étudiants de comprendre les liens entre le développement économique et les grands enjeux environnementaux contemporains, de connaître les principes du développement durable et leur application dans le cadre de politiques publiques menant à un développement économique durable, et de découvrir différentes stratégies et pratiques de gestion vertes.

Objectifs

Le cours aborde notamment les problèmes environnementaux, le concept d'externalités, les approches et principes d'intervention, les principaux indicateurs économiques, les implications locales, la planification urbaine et la gestion du territoire, la rentabilité verte et les pratiques de gestion durable, l'industrie de l'environnement et les opportunités d'affaires reliées au développement durable. Le cours aborde aussi la responsabilité sociale d'entreprise dans un contexte de gouvernance, incluant la théorie des parties prenantes et la divulgation d'information aux parties prenantes.

EUT1107 Tourisme et société

L'objectif général du cours est de comprendre le tourisme comme un fait de civilisation. Les migrations de vacances se pratiquent aujourd'hui par plus de 50 pour cent des populations des sociétés industrialisées: un phénomène d'une telle ampleur influence l'organisation sociale et la culture autant que l'économie. La démarche du cours poursuit les trois objectifs suivants: comprendre la portée sociale de la naissance et de la croissance rapide du tourisme dans l'histoire des sociétés modernes; apprendre à décrire, à analyser et à interpréter les relations touristiques, c'est-à-dire l'ensemble des rapports entre les cultures, les sociétés, les groupes et les individus à l'occasion du tourisme; dégager les principales contributions des sciences sociales à l'étude du tourisme, des vacances et du loisir. Ce cours peut comprendre une ou des séances d'observation sur le terrain.

EUT3107 Prévision et prospective du tourisme

Étude quantitative et qualitative de l'évolution du tourisme. Les principales méthodes de la prévision empiriques et mathématiques seront présentées et des exercices pratiques porteront sur ces méthodes. Les principales notions et méthodes de la prospective seront aussi étudiées. À la fin du cours, une synthèse de ces deux approches sera présentée. Les exercices et travaux porteront sur l'une et l'autre de ces démarches.

Préalables académiques

ECO1300 Analyse microéconomique ; EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I

EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I

Ce cours vise quatre objectifs: 1) Capacité de traduire un problème

empirique dans une «problématique» de recherche; 2) Capacité d'utiliser les techniques de base de l'enquête empirique; 3) Capacité de traiter les données au plan statistique, de les interpréter et de faire des recommandations; 4) Capacité de rédiger un rapport de recherche utilisable sur le marché du travail. - Introduction à la méthodologie de la recherche appliquée au tourisme. - Cours de base sur la démarche scientifique portant sur les recherches exploratoires, descriptives et causales. - La construction de données primaires à partir de recherches empiriques. - Utilisation des techniques de base de l'enquête: questionnaire, échantillonnage, collecte de données, codifications et construction d'une base de données. - Le traitement des données: niveaux et échelles de mesure. - Les analyses statistiques univariées et bivariées. - La construction du rapport de recherche.

Préalables académiques
MAT2080 Méthodes statistiques

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-organisateurs. 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 MGT2150 Management

EUT4140 Technologie, distribution et transports

Ce cours vise trois objectifs principaux: 1) Donner aux futurs gestionnaires en tourisme une compréhension globale des enjeux reliés: aux nouvelles technologies dans la gestion des entreprises touristiques; aux réseaux de distribution du produit touristique; aux différents modes de transport. 2) Comprendre les aspects opérationnels des trois dimensions du cours: la technologie, la distribution, les transports, ayant chacune des impacts importants sur le tourisme. 3) Développer des habiletés opérationnelles et managériales permettant d'agir efficacement, dans des dossiers reliés aux technologies, à la distribution et aux transports. La technologie: Identification et description des principales technologies utilisées par les différents prestataires de service touristiques (hébergement, restauration, attractions, transport, voyagistes, etc.). Analyse des impacts de ces technologies sur l'entreprise (impacts sur l'emploi, les méthodes de gestion, les investissements). Outre des notions théoriques vues en classe, il y aura des visites en entreprise pour fin de démonstration. La distribution: Rappel des notions de base en marketing de manière à bien situer la distribution à l'intérieur des autres éléments du marketing. Distinction entre la distribution directe en tourisme et la distribution indirecte ou par des intermédiaires. Les principales stratégies et les principaux outils dans la distribution directe. Les différents intermédiaires dans la distribution indirecte (agent de voyage, détaillant, grossiste, consolidateur,...), les principales stratégies et les principaux outils utilisés, dont une initiation aux systèmes informatisés de réservation (SIR), à l'Internet, à l'ÉDI, etc. Les transports: Analyse de différents modes de transport et de leurs impacts sur l'industrie

touristique. Distinction entre les modes de transport collectif (avion de ligne, autobus, train, mototourisme, nautisme, cyclisme, aérotransport, etc.). Présentation de l'évolution des différents modes de transport touristique et les tendances à court et moyen termes.

Préalables académiques
MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie ; EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques

EUT5020 Droit du tourisme

Les objectifs du cours sont les suivants: permettre une compréhension de la législation et de la réglementation québécoises et fédérales ainsi que de celles d'autres pays concernant principalement l'entreprise touristique; étudier la nature et l'étendue de la responsabilité des prestataires de services touristiques à l'égard du consommateur; sensibiliser l'étudiant aux conventions internationales qui encadrent certaines activités touristiques; par le recours au droit comparé, permettre à l'étudiant d'exercer son esprit critique face aux lois et aux règlements québécois, canadiens ou d'autres pays; au-delà des règles de droit, amener l'étudiant à considérer les questions d'éthique que peut soulever une intervention touristique. Après un survol des principales notions juridiques de base, le cours aborde l'étude des lois et des règlements régissant l'hébergement touristique, le secteur de la distribution, principalement les agents de voyages, le transport, certaines attractions touristiques et quelques services connexes (assurance, cartes de crédit...). La question de la responsabilité des différents prestataires de services touristiques est approfondie à l'aide des définitions du droit civil, de la jurisprudence et de la doctrine. Le droit de la consommation, le droit des obligations et des contrats, le droit de l'entreprise sont étudiés dans leur application au tourisme. L'éthique et les codes de déontologie.

EUT5030 Séminaire sur les politiques et les stratégies des entreprises touristiques

Ce cours vise à illustrer les pratiques et les facteurs déterminants qui caractérisent les entreprises touristiques et leurs dirigeants et à analyser les politiques générales de cette industrie. Analyse et synthèse des variables qui influencent les comportements des entreprises touristiques et de leurs dirigeants. Étude pratique de cas dans les principaux secteurs de l'industrie touristique et analyse des problèmes rencontrés par les stations («resorts») touristiques et étude de leurs modes de fonctionnement. Évaluation des politiques, des décisions et des procédés d'opération mis en oeuvre par les entreprises touristiques. Ce cours mettra l'accent sur la participation active des étudiants par l'analyse et la discussion de cas, la présentation de séminaires spécifiques sur les entreprises ou les secteurs de l'industrie touristique et par des rencontres avec des dirigeants du milieu.

Conditions d'accès
Avoir réussi 60 crédits du programme.

Préalables académiques
MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique ;
SCO1250 Introduction aux sciences comptables

EUT5104 Environnements administratifs et politiques du tourisme

Sensibiliser l'étudiant aux différents environnements politiques et administratifs avec lesquels doit composer l'entreprise touristique. Connaître les principales structures politico-administratives qui jouent un rôle dans le domaine du tourisme et approfondir leurs compétences respectives et leurs modes d'intervention. Sensibiliser l'étudiant aux incidences des politiques et des programmes élaborés dans les secteurs connexes au tourisme (aménagement du territoire, culture, environnement, etc.). Étude de l'organisation du tourisme au plan gouvernemental. La responsabilité des gouvernements en matière de tourisme, le droit administratif, la planification, la mise en oeuvre et l'évaluation des programmes publics sont autant de sujets abordés dans le cours. Le cours approfondit aussi les rôles des instances régionales et locales en matière touristique dans le monde. Le fonctionnement des ministères, des municipalités, des municipalités régionales de comté, des organismes régionaux: le pouvoir décisionnel, les rapports entre la politique et l'administration, les rapports entre les

instances publiques et administratives et les groupes d'intérêt. Étude de l'impact de politiques, de lois, de règlements ayant des incidences sur le développement du tourisme: aménagement et urbanisme, protection des biens culturels, environnement et protection de la faune, etc.

Préalables académiques
EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques

EUT5105 Méthodologie de la recherche en tourisme II

Ce cours vise trois objectifs: - capacité d'utiliser et d'interpréter les principales méthodes de l'analyse des données quantitatives; - capacité d'utiliser et d'interpréter les résultats de certaines méthodes de collecte de données qualitatives; - capacité d'évaluer la validité et la pertinence des méthodes de recherche en tourisme. Ce cours portera surtout sur l'analyse de données empiriques utilisées dans le domaine du tourisme. Une partie du cours abordera aussi les principales approches qualitatives utilisées dans l'analyse des besoins et de marchés touristiques. Il traitera des niveaux de mesure et des tests d'hypothèses et aussi de l'ensemble des tests statistiques. Il insistera sur l'application des analyses bivariées et multivariées (descriptives et explicatives) aux recherches empiriques. Les méthodes qualitatives suivantes seront présentées: entretien non directif et semi-directif, l'entrevue de groupe.

Préalables académiques
EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I

EUT5108 Tourisme et aménagement

Ce cours vise à sensibiliser les gestionnaires en tourisme et hôtellerie aux différentes facettes de l'aménagement et de l'urbanisme et aux interrelations qui existent entre l'aménagement et le tourisme, aussi bien en milieu urbain que rural, de villégiature ou en espace naturel. Le cours abordera les différents concepts de manière théorique, tout en considérant, à partir d'études de cas, la mise en application concrète des notions abordées dans une optique essentiellement touristique: processus de planification et échelles d'intervention; planification, aménagement et développement: complémentarités et particularités; règlements d'urbanisme et procédures de décision en matière d'aménagement et de développement; tourisme et gestion de l'environnement; liens entre tourisme et aménagement: l'aménagement à des fins de tourisme et le tourisme des aménagements; aménagement rural et villégiature: conflits et harmonisation.

Modalité d'enseignement
Travaux pratiques axés sur des aménagements touristiques aux différentes échelles d'intervention.

Préalables académiques
EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme

EUT5109 Tourisme urbain

Étudier certaines dimensions de la ville et mettre en évidence leur importance pour le tourisme; analyser le tourisme urbain au niveau international, comme secteur de pointe de l'industrie touristique. Les agglomérations urbaines en tant que destinations majeures du flux touristique. Analyse de la notion de ville, en particulier de la ville touristique: les formes urbaines, les sites et les attraits touristiques. Analyse des images et des perceptions du milieu urbain que renvoie aux visiteurs l'expérience touristique.

Modalité d'enseignement
Ce cours peut comprendre une ou des séances d'observation sur le terrain.

EUT5110 Écotourisme et espaces naturels

Ce cours vise à comprendre le phénomène de l'écotourisme et à en étudier la pratique au Québec et au niveau international. Il a aussi pour objectif de comprendre la fragilité des espaces naturels et la nécessité de les protéger. Le cours vise à cerner les enjeux de développement de ces espaces et de leur mise en valeur au plan touristique. - Définition de l'écotourisme et ses relations avec les principes du développement durable (croissance, pérennité, équité, éthique). - Le marché mondial de l'écotourisme (l'offre, la demande, les tendances), la mise en marché

de produits écotouristiques. - La pratique de l'écotourisme (aspects organisationnels, infrastructures). - La protection et la mise en valeur des espaces naturels au plan touristique. - Typologies des espaces naturels. Les espaces naturels comme produits touristiques. - Les enjeux du développement et de l'aménagement de ces espaces. - Travaux d'analyse et d'évaluation et travaux de conception de nouveaux produits.

EUT5111 Patrimoine touristique

Les objectifs du cours sont les suivants: présenter aux étudiants les principales initiatives de conservation et de valorisation du patrimoine culturel, national et mondial; approfondir les conditions de mise en valeur du patrimoine culturel au plan touristique; comprendre les caractéristiques et les enjeux de la gestion et du financement des sites, des équipements et des installations qui contribuent à la mise en valeur du patrimoine. Les principales initiatives de conservation et de valorisation du patrimoine culturel, naturel et mondial Typologie L'apport des richesses patrimoniales dans le développement touristique Les conditions de la mise en valeur du patrimoine culturel qu'on trouve inscrit sur le territoire, dans l'architecture, dans les musées, sur les sites et monuments historiques Les us et coutumes et les manières de vivre comme expression d'un héritage collectif La gestion et le financement des équipements et des installations qui contribuent à la mise en valeur du patrimoine (musées, centres d'interprétation, écomusées, parcs historiques...)

Modalité d'enseignement
Le cours s'appuie sur diverses études en géographie, en histoire de l'art, en anthropologie, en gestion. Ce cours peut comprendre une ou des séances d'observation sur le terrain.

EUT5590 Stage en gestion du tourisme

L'objectif du cours est de placer l'étudiant dans des situations réelles de travail pour favoriser le lien entre les concepts théoriques et la pratique de gestion en tourisme; développer des habiletés d'apprentissage de gestion chez l'étudiant dans un contexte de travail rémunéré et relié à son domaine d'études; faciliter le transfert des connaissances avec un encadrement pertinent. Le stage s'adresse aux étudiants inscrits à plein temps et se déroule dans une entreprise touristique. D'une durée équivalente à un trimestre ou à 400 heures, le stage permet à l'étudiant d'assumer des tâches de gestion reliées au programme de gestion du tourisme et de l'hôtellerie. Le stage doit également favoriser l'apprentissage et le déploiement des connaissances acquises. Encadré par un responsable de l'entreprise, le stagiaire reçoit une rémunération adéquate.

Conditions d'accès
Attestation d'une expérience de 400 heures dans le domaine du tourisme, de l'hôtellerie ou de la restauration. De plus, il faut avoir réussi 60 crédits du programme incluant le cours EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I et 9 crédits pris dans la concentration et avoir réussi l'examen vérifiant les connaissances minimales requises en anglais.

Préalables académiques
EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I

EUT6591 Rapport de stage en gestion du tourisme

Les objectifs du cours sont d'amener l'étudiant à faire les liens entre sa formation académique et l'expérience de gestion dans une entreprise touristique; développer chez l'étudiant la capacité d'évaluer une expérience concrète de travail, d'en dégager les éléments pertinents à sa formation et de faire les recommandations; développer des habiletés à communiquer par écrit ou verbalement. Le rapport de stage est un rapport d'analyse et de synthèse rédigé sous la direction d'un tuteur universitaire avant la fin du semestre suivant le stage. Le rapport contiendra un compte rendu des réalisations effectuées pendant le stage, une évaluation de l'expérience vécue ainsi que le développement d'une problématique permettant de faire le lien entre l'expérience vécue et la formation académique.

Préalables académiques

EUT5590 Stage en gestion du tourisme

EUT6980 Activité de synthèse en tourisme

Ce cours vise à permettre à l'étudiant de vérifier ses habiletés en appliquant les concepts de gestion propres à chacune des fonctions managériales à une étude de faisabilité d'entreprise touristique. Au terme de l'analyse, l'étudiant pourra conclure à la faisabilité ou non du projet de l'entreprise. Cette étude pourra conduire à un démarrage, à une expansion ou à un redressement d'entreprise. Celle-ci comporte entre autres une étude des environnements internes et externes. Le projet devra être par ailleurs suffisamment substantiel pour que chacune des activités suivantes soit prise en compte : étude de marché, processus de production, système de gestion, financement et comptabilité, gestion des ressources humaines, contrôle, faisabilité technique, relations à entretenir avec des agents clés tels que les organismes publics, les partenaires économiques (ex. : clients, fournisseurs, employés, actionnaires) et socioéconomiques (ex. : groupes de consommateurs, chambres de commerce, écologistes, etc.).

Modalité d'enseignement
Séances d'exercices.

Conditions d'accès

Avoir réussi au moins 60 crédits du programme incluant le cours EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I Méthodologie de la recherche en tourisme I et 9 crédits pris dans la concentration et avoir réussi l'examen vérifiant les connaissances minimales requises en anglais.

Préalables académiques

EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I

FIN3500 Gestion financière

Ce cours vise à initier les étudiants à l'analyse et à la prévision financière, au financement de l'entreprise et à l'allocation des ressources financières. Techniques d'analyse et de prévision. Mathématiques financières. Choix des investissements et coût du capital. Fusion et acquisitions, gestion de l'encaisse. Gestion des comptes à recevoir. Sources de financement à court, moyen et long termes. Structure financière optimale. Politique de dividendes. Le cours sera suivi d'une période de trois heures d'exercices additionnelles. Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un micro-ordinateur et à Internet.

GHR3001 Gestion de l'exploitation hôtelière et de restauration

Ce cours vise à initier les futurs gestionnaires aux domaines de l'hôtellerie et de la restauration. À la fin du cours, l'étudiant devra être capable de : situer les entreprises hôtelières et de restauration au sein de l'industrie touristique; préciser leur contribution et leur importance relatives; caractériser les entreprises hôtelières et de restauration sous différents angles; analyser sommairement la gestion et la rentabilité des opérations d'une entreprise hôtelière et de restauration et suggérer des pistes de solutions. Étude, dans un premier temps, du profil des entreprises, des formes d'organisation particulières, des centres d'activités, des départements et des principaux processus d'exploitation et de gestion des services offerts à la clientèle; introduction aux principales statistiques opérationnelles; survol des techniques d'analyse et de contrôle. Dans un deuxième temps, réalisation d'une simulation de gestion qui prend la forme d'un cas de synthèse alliant la théorie managériale à la pratique professionnelle propre aux domaines de l'hôtellerie et de la restauration. Une fin de semaine est réservée à la réalisation de la simulation de gestion.

Préalables académiques

SCO1250 Introduction aux sciences comptables

MAT2080 Méthodes statistiques

L'objectif spécifique du cours est de transmettre certaines connaissances des méthodes statistiques afin que l'étudiant puisse : - apprécier le rôle de la statistique dans le développement du savoir

scientifique, en administration comme dans tout autre domaine; - effectuer, au besoin, des analyses statistiques simples; - reconnaître les situations qui exigent l'application des méthodes statistiques; - dialoguer avec des spécialistes et pouvoir lire les résultats d'une étude statistique. Pour atteindre cet objectif, le cours traitera des matières suivantes : - statistique descriptive; - éléments de la théorie des probabilités; - estimation de paramètres (notion de distribution d'échantillonnage et d'intervalle de confiance, estimation par intervalle de confiance pour une proportion et pour une moyenne, détermination de la taille de l'échantillon); - tests d'hypothèse (pour une proportion, pour une moyenne, pour une différence de moyennes et pour une différence de proportions); - régression linéaire (régression linéaire simple: droite des moindres carrés, tests sur les coefficients, coefficient de conciliation); - régression multiple (confusion des effets, tests sur les coefficients, corrélation partielle, inclusion et rejet de variables); - analyse de séries chronologiques; - nombres indices.

MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique

Ce cours comporte trois catégories d'apprentissage interreliées. Au niveau des connaissances, il vise à sensibiliser les étudiants aux divers courants de pensée en administration des affaires et en observer le déploiement dans la pratique. Au plan des habiletés, il favorise une prise en charge des étudiants par l'entremise d'activités destinées à mesurer leur capacité à relier les connaissances théoriques aux événements vécus en entreprise. Enfin, au niveau des attitudes, ce cours a pour fonction de confronter les étudiants à la diversité des ressources humaines dans les organisations. L'approche proposée en vue de permettre la compréhension des firmes et de leur gestion prend racine dans la notion de progrès économique et s'articule autour des activités de ses principaux agents que sont les administrateurs et les entrepreneurs. Les propriétés fondamentales de l'administration sont abordées de façon holistique, sous l'angle d'un système d'action mettant plus particulièrement en relief l'univers marqué par la complexité et le mouvement dans lequel évoluent les entreprises. Le cours vise à unifier les connaissances provenant de plusieurs disciplines et à intégrer celles-ci dans un cadre conceptuel global où se côtoient considérations concurrentielles, économiques et technologiques et impératifs de nature humaine, sociale et éthique. La première partie du cours est consacrée aux différents courants théoriques, à leur évolution et à leur contribution à la compréhension des entreprises. La deuxième partie concerne les relations entre les organisations et leur environnement. La troisième partie s'articule autour du processus d'administration et de ses domaines d'application: la stratégie, le design organisationnel et le changement, le contrôle et la stimulation des performances. À la fin du cours les étudiants sont initiés aux grands défis auxquels sont confrontées les entreprises contemporaines. Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un micro-ordinateur et à Internet.

MET5333 Gestion de l'exploitation et de la qualité dans les services touristiques

Les objectifs de ce cours sont d'amener l'étudiant à avoir une meilleure vue d'ensemble du processus de servuction (production de services) et de ses principales interrelations; comprendre ce que sont la qualité et la productivité dans les services de tourisme, d'hôtellerie et de restauration de même que leurs déterminants; connaître les principaux moyens de mesure de la productivité et de la qualité; pouvoir concevoir un service et un processus de servuction concurrentiel; connaître les principaux mécanismes qui permettent l'amélioration continue des processus de servuction dans le secteur du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. Les différents aspects de la conception d'un service dans les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration, de la mise sur pied d'un système de servuction et de la gestion de la qualité et de la productivité sont présentés. Tout au long du cours, on mettra l'accent sur la mise en oeuvre des plans d'action et des stratégies découlant des analyses. Le cours aborde le positionnement stratégique et les différents facteurs qui déterminent la compétitivité des services, le rôle de la technologie et les particularités de la gestion de la technologie dans les services, l'importance primordiale des ressources humaines et de l'harmonie dans les différents facteurs de production

ainsi que l'imbrication du processus de servuction de l'entreprise avec ceux des clients (dans le cas de clients commerciaux et industries) et des fournisseurs, constituant une chaîne de valeurs dont les maillons sont étroitement interdépendants.

Préalables académiques

MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique

MKG5321 Marketing international

Familiariser l'étudiant avec les possibilités d'action commerciale sur les marchés extérieurs. Aspects suivants du marketing international: petites et moyennes entreprises canadiennes face aux possibilités d'exportation: prospection, méthode de sélection des marchés, choix de canaux de distribution, détermination de prix d'offre à l'exportation; marketing des compagnies multinationales: stratégies de prix, produits, promotion et distribution à l'échelle multinationale. Problèmes organisationnels des compagnies multinationales.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG5322 Gestion des ventes

Les objectifs du cours sont de développer les compétences des futurs gestionnaires au niveau de la gestion de l'activité de vente et de la clientèle, de la relation personnelle d'influence en vente et de la gestion de la force de vente. Ce cours se divise en 3 parties: Premièrement: la gestion de l'activité de vente et de la clientèle: les activités quantitatives de la vente soit la planification et la gestion du cycle de vente conduisant aux résultats. Les participants se familiarisent avec les paramètres de développement d'un plan de vente; l'établissement de territoires et de quotas ainsi que des contrôles des résultats et la gestion permanente de la clientèle. Deuxièmement: la relation personnelle d'influence en vente. Les étapes et habiletés requises pour mener à des transactions efficaces couvriront les principes d'influence personnelle, le processus de séduction et de qualification, la présentation et la gestion active des clients individuellement ou en groupe. Troisièmement: la gestion du personnel de vente. L'organisation, le recrutement, la sélection, la formation des vendeurs, leur rémunération, leur motivation et leur rentabilité. Ces termes seront traités en fonction des divers types de vendeurs: au point de vente, sur la route et au téléphone, et tiendront compte des diverses formes d'organisations: traditionnelles et par réseaux.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

MKG5327 Publicité

L'objectif du cours est de développer des compétences en gestion de la publicité et des autres outils de communication de masse appropriés au contexte des entreprises québécoises et canadiennes (relations publiques, événements, foires, etc.). De plus, ce cours cherche aussi à développer chez l'étudiant des capacités à communiquer efficacement avec un auditoire. - La connaissance effective de la gestion des communications de masse de l'entreprise. - Les communications de masse intégrées à la stratégie de marketing de l'entreprise. - Les grandes étapes et les décisions impliquées dans la mise en oeuvre d'une campagne de communication de masse. - Production par les étudiants d'une campagne de communication de masse pour une entreprise réelle. - Les principales composantes du «mix» communicationnel de masse: publicité, relations publiques, communication événementielle, foires, etc. - Les mesures d'évaluation et de contrôle des activités de communication de masse. Enfin, des cas pratiques sont vus en classe pour permettre à l'étudiant de bien assimiler les concepts et les diverses méthodes de travail préconisés dans ce cours.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

MKG5332 Développement, gestion et mise en marché des produits touristiques

Ce cours cherche à: donner une connaissance des processus de développement, de gestion et de mise en marché des nouveaux produits/services touristiques; développer des habiletés dans le développement de nouveaux produits/services, particulièrement en ce qui concerne les secteurs du transport aérien, des organisateurs de congrès et d'événements, des voyageurs et des attractions; comprendre les dynamiques des marchés et les diverses clientèles vers lesquelles les nouveaux produits/services seront ciblés; comprendre les principales étapes du processus de développement et de mise en marché des nouveaux produits/services. Ce cours cherche à développer les habiletés des étudiants en terme de développement de nouveaux produits/services touristiques. Le cours abordera les différents concepts théoriques nécessaires au développement des nouveaux produits et services, soit: - définition des stratégies d'innovation; - identification de l'opportunité d'innover; - design du processus d'innovation; - tests et améliorations des nouveaux produits/services; - introduction du nouveau produit/service et gestion des coûts; - implantation du processus d'innovation. De plus, l'accent sera mis sur les clientèles touristiques, sur leurs caractéristiques et sur les moyens de cerner les segments de marché où l'introduction d'un nouveau produit/service sera la plus susceptible d'obtenir du succès. L'analyse des données secondaires et les procédures de collecte de données primaires propres à ce genre de processus seront donc étudiées (analyse multidimensionnelle, mesures conjointes, etc.).

Préalables académiques

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie ; EUT4108 Méthodologie de la recherche en tourisme I ; EUT4138 Gestion des événements et congrès ou MET3224 Introduction à la gestion de projet ou MKG3224 ; GHR3001 Gestion de l'exploitation hôtelière et de restauration

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

Ce cours sert à présenter à l'étudiant les fondements de la gestion des ressources humaines dans les organisations et à le familiariser avec les rôles, les responsabilités et les principales activités de gestion des ressources humaines: recrutement, sélection, évaluation du rendement, rémunération, organisation du travail, santé/sécurité, relations du travail et planification. On y favorise une approche systémique encourageant l'étudiant à tenir compte des facteurs de l'environnement local, et parfois même international, dans le choix des activités en gestion des ressources humaines. Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un micro-ordinateur et à Internet.

ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises

Ce cours vise à sensibiliser les étudiants aux dilemmes moraux propres aux entreprises et leur permettre de développer les habiletés de gestion requises pour l'institutionnalisation de pratiques conformes à l'éthique au sein des entreprises. L'existence d'un climat de confiance entre les différentes parties prenantes d'une entreprise (investisseurs, consommateurs, travailleurs, fournisseurs, gestionnaires et l'ensemble de la collectivité) est essentielle au bon fonctionnement de celle-ci. Le respect des règles d'éthique par les individus qui œuvrent au sein de l'organisation, règles reposant sur un système de valeurs partagées par les parties prenantes, demeure le moyen le plus efficace pour favoriser un tel climat de confiance. Le cours débutera donc par une sensibilisation des participants à l'importance de gérer la dimension éthique au sein des entreprises. La présentation de l'impact de scandales éthiques qui ont fait la manchette au cours des dernières années facilitera cette prise de conscience. Par la suite, nous effectuerons une présentation des différentes approches philosophiques en éthique, applicables à l'entreprise. Une brève allusion aux concepts de responsabilité sociale et de développement durable permettra également aux étudiants de faire les nuances qui s'imposent relativement à ces concepts. Cette approche normative leur permettra d'effectuer une réflexion sur les comportements éthiques à favoriser ou à éviter. Une fois que les cibles éthiques ont été bien définies, encore faut-il que les gestionnaires en devenir puissent détenir les compétences requises pour la mise en place, au sein de l'organisation, d'un environnement et d'un climat favorisant l'adoption par les parties prenantes de comportements qui les respectent. Pour ce

faire, le cours présentera les différentes théories de la prise de décision en matière d'éthique. Plus précisément, le cours identifiera les facteurs, personnels et institutionnels qui favorisent la sensibilité éthique des individus, leur jugement, leur intention d'agir en fonction des règles éthiques et leur capacité de passer à l'action. Enfin, la présentation de ces caractéristiques permettra d'identifier les moyens les plus efficaces pour favoriser l'émergence de comportements éthiques au sein de l'entreprise. Le cours se terminera par la présentation d'une typologie des problèmes éthiques présents dans les entreprises.

Modalité d'enseignement

Présentations magistrales, études de cas, discussions en classe, tels sont les principaux outils qui appuieront la stratégie pédagogique.

ORH5435 Introduction à la convention collective

Connaître et analyser le contenu des dispositions des conventions collectives; étudier la fréquence des principales règles qui y sont élaborées et en saisir la portée sur les relations patronales-syndicales dans une organisation; prévoir des mécanismes nouveaux rendus nécessaires par l'état particulier des relations patronales-syndicales dans des secteurs spécifiques de l'activité économique. Ancienneté: promotion et rétrogradation. Évaluation des tâches. Conditions de travail. Mesures disciplinaires. Licenciement, rappels et démission. Langue de travail. Rémunération et primes.

Préalables académiques

ORH1620 Administration des lois du travail

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 18/01/12, son contenu est sujet à changement sans préavis.

Version Hiver 2012