

## Cheminement DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion hôtelière et de restauration

Téléphone : 514 987-3650  
 Courriel : bac-gth@uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
7589	DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion hôtelière et de restauration	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90

<b>Trimestre(s) d'admission</b>	Automne Hiver
<b>Contingent</b>	Programme contingenté
<b>Campus</b>	Campus de Montréal

### PROTOCOLE D'ENTENTE

Il s'agit des Techniques de gestion hôtelière et du DEC en Gestion d'un établissement de restauration de l'ITHQ ou de ses partenaires, et de la concentration en gestion hôtelière et de restauration du baccalauréat en gestion de tourisme et de l'hôtellerie, du programme de l'ESG UQAM conjointement avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ).

Le libellé du diplôme comporte, à la suite du nom du programme, le nom de la concentration, du profil (le cas échéant), et la mention suivante : « Offert conjointement avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, cheminement 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 capables d'analyser le phénomène touristique et de gérer les diverses composantes des organisations qui y sont reliées.

Le tronc commun du programme amène l'étudiant, dans un premier temps, à développer des compétences multidisciplinaires (marketing, finance, management, etc.) nécessaires à l'ensemble des futurs gestionnaires, tout milieu d'affaires confondu. Dans un second temps, l'acquisition et l'approfondissement des connaissances relatives aux aspects dynamiques des marchés touristiques et hôteliers permettront à l'étudiant de cerner la complexité des milieux d'affaires touristiques et hôteliers afin d'y jeter un regard critique.

La concentration gestion hôtelière et de restauration prépare l'étudiant à occuper un poste de direction dans des établissements hôteliers et des entreprises de restauration de tous les niveaux. Une maîtrise des processus opérationnels, relationnels et financiers reliés à la gestion des services hôteliers et de restauration permettra à l'étudiant de jeter un regard critique sur l'exploitation d'une entreprise hôtelière. L'étudiant sera en mesure de saisir les enjeux de cette industrie et de devenir un intervenant hautement qualifié en exploitation d'entreprise.

Avec une emphase mise sur les dimensions humaines et technologiques de l'activité touristique, le contenu académique du programme permet aux étudiants de développer leur autonomie, leur sens du leadership, leurs qualités de communicateur et leur esprit d'entrepreneuriat. Des approches pédagogiques telles les stages, des études de cas et des travaux pratiques favorisent les liens avec les milieux d'affaires et assurent une intégration des enseignements.

### CONDITIONS D'ADMISSION

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

- avoir complété des Techniques de gestion hôtelière ou le DEC en Gestion d'un établissement de restauration de l'ITHQ ou d'un de ses partenaires avec une cote de rendement (cote R) minimale de 26. Le diplôme doit avoir été obtenu depuis moins de trois ans au moment du dépôt de la demande d'admission. Si le diplôme a été obtenu il y a plus de trois ans, la demande d'admission doit être formulée auprès du programme régulier (Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, 7307 ou 7317).
- l'étudiant dont la cote de rendement finale sera inférieure à 26 ne pourra poursuivre le cheminement intégré DEC/Baccalauréat, mais pourrait être transféré au programme régulier 7317 s'il respecte les conditions d'admission de ce programme.
- 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) ou réussir un test de mathématiques. Cette condition devra être réussie avant de pouvoir suivre le cours MAT2080 Méthodes statistiques.

#### Capacité d'accueil

Le programme est contingenté pour les deux cheminements DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie.

- Automne : 50
- Hiver : 10

#### Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission à l'automne et à l'hiver.

#### 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 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.

#### Méthode et critères de sélection - Base DEC

Cote de rendement (cote R) : 100%

Une cote de rendement minimale de 26 est exigée.

## 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 cours portant le code GHR sont dispensés à l'ITHQ.

### Pour tous les étudiants :

#### Les douze cours de tronc commun des programmes menant au grade de B.A.A. (36 crédits) :

ECO2045 Dimensions économiques du tourisme  
 EUT5020 Droit du tourisme  
 FIN3500 Gestion financière  
 MAT2080 Méthodes statistiques  
 MGT2150 Management  
 AOT4275 Gestion des opérations dans les services touristiques  
 AOT5215 Management, Information et Systèmes en tourisme  
 MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie  
 ORH1163 Comportement organisationnel  
 ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines  
 SCO1250 Introduction aux sciences comptables

#### Un cours parmi les suivants :

EUT1172 Développement durable et gestion  
 DSR2010 Responsabilité sociale des entreprises  
 ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises  
 ET

#### Les huit cours obligatoires suivants (24 crédits) :

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme  
 EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique  
 EUT4515 Séminaire d'intégration en gestion du tourisme et de l'hôtellerie  
 EUT5045 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières  
 EUT5050 Tendances et avenir des marchés touristiques  
 GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration  
 GHR3300 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques  
 MKG5323 Gestion de la force de vente

#### Pour les étudiants qui ont complété le programme collégial «Gestion d'un établissement de restauration»

Note : Reconnaissance d'acquis des cours EUT1123; EUT5020; GHR3100; GHR4000; GHR5800; GHR6501; MGT2150; MKG3315; ORH1600; SCO1250 (30 crédits).

#### Le cours hors programme suivant :

GHR1002 Mise à niveau en hôtellerie (hors-programme) (2 cr.)

Note : Le cours hors-programme GHR1002 imposé à l'étudiant doit être suivi avant de pouvoir s'inscrire à un cours de la concentration «gestion hôtelière et de restauration» à moins d'avoir été exempté par la direction du programme (voir la section Conditions particulières à certains cours dans les Règlements pédagogiques).

#### Les quatre cours universitaires suivants (12 crédits) :

GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier  
 GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration  
 GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement  
 GHR4400 Gestion des revenus et E-Commerce en hôtellerie et restauration

#### Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :

GHR4301 Mobilisation et gestion des relations de travail en hôtellerie et restauration  
 GHR500X Cours hors Québec en gestion hôtelière et de restauration (3 à 12 crédits)  
 GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration

GHR5701 Gestion financière des actifs en hôtellerie et restauration  
 GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire  
 GHR6201 Développement de l'offre alimentaire en restauration  
 GHR6301 Coordination des activités de direction en hôtellerie et restauration  
 GHR6501 Gestion des congrès et des banquets  
 ou tout autre cours choisi avec l'accord de la direction du programme.

#### Un ou deux cours choisis dans les blocs suivants (total de 6 crédits) :

- Marketing
- Gestion internationale et gestion du facteur humain
- Gestion des technologies de l'information

#### Une activité terminale choisie parmi les quatre activités suivantes (3 crédits) avec l'approbation du coordonnateur/coordonnatrice de l'ITHQ ou du coordonnateur/coordonnatrice des stages de l'ITHQ :

GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration  
 GHR5202 Stage hors-Québec en gestion de l'hôtellerie et de la restauration  
 GHR6801 Création d'entreprise en hôtellerie ou en restauration  
 GHR6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie ou en restauration

#### Pour les étudiants qui ont complété le programme collégial «Techniques de gestion hôtelière»

Note : Reconnaissance d'acquis des cours EUT1123; EUT5020; GHR3100; GHR4100; GHR5800; GHR6501; MGT2150; MKG3315; ORH1600; SCO1250 (30 crédits).

#### Les quatre cours suivants (12 crédits) :

GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier  
 GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration  
 GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement  
 GHR4400 Gestion des revenus et E-Commerce en hôtellerie et restauration

#### Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :

GHR4301 Mobilisation et gestion des relations de travail en hôtellerie et restauration  
 GHR500X Cours hors Québec en gestion hôtelière et de restauration (3 à 12 crédits)  
 GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration  
 GHR5701 Gestion financière des actifs en hôtellerie et restauration  
 GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire  
 GHR6201 Développement de l'offre alimentaire en restauration  
 GHR6301 Coordination des activités de direction en hôtellerie et restauration  
 GHR6501 Gestion des congrès et des banquets  
 ou tout autre cours choisi avec l'accord de la direction du programme.

#### Un ou deux cours choisis dans les blocs suivants (total de 6 crédits) :

- Marketing
- Gestion internationale et gestion du facteur humain
- Gestion des technologies de l'information

#### Une activité terminale choisie parmi les quatre activités suivantes (3 crédits) avec l'approbation du coordonnateur/coordonnatrice de l'ITHQ ou du coordonnateur/coordonnatrice des stages de l'ITHQ :

GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration  
 GHR5202 Stage hors-Québec en gestion de l'hôtellerie et de la restauration  
 GHR6801 Création d'entreprise en hôtellerie ou en restauration  
 GHR6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie ou en restauration

**Liste des cours du bloc «Marketing» :**

COM1065 Relations de presse  
 MKG5305 Comportement du consommateur  
 MKG5321 Marketing international  
 MKG5423 Gestion de la communication marketing intégrée  
 MKG5392 Événements spéciaux et commandites en relations publiques  
 ou tout autre cours choisi avec l'accord de la direction du programme.

**Liste des cours du bloc «Gestion internationale et gestion du facteur humain» :**

DSR4700 Gestion internationale et cultures  
 ESG400X L'entreprise et son milieu: activité thématique et  
 ESG401X Écoles de formation en gestion à l'étranger  
 ESG503X Projet d'études internationales (6 cr.)  
 MGT3122 La gestion des PME  
 ORH3160 Leadership et supervision  
 ORH5610 Gestion du changement  
 ou tout autre cours choisi avec l'accord de la direction du programme.

**Liste des cours du bloc «Gestion des technologies de l'information» :**

MGT3224 Introduction à la gestion de projet  
 AOT5332 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)  
 AOT5318 Conception et développement d'application Workflow  
 AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride  
 MKG3330 Introduction au marketing numérique  
 ou tout autre cours choisi avec l'accord de la direction du programme.

**Cheminement Honor**

Les étudiants intéressés et qualifiés peuvent suivre neuf crédits (trois cours) d'un programme de maîtrise de l'ESG. Les cours réussis feront l'objet d'une insertion dans le programme de baccalauréat de l'étudiant et pourront faire l'objet d'une reconnaissance d'acquis subséquente au programme de maîtrise visée. Pour plus d'information, veuillez vous référer à la section « Règlements pédagogiques particuliers ».

**RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS****Nombre minimal de crédits obtenus à l'UQAM**

Au moins 50% des crédits nécessaires à l'obtention du grade doivent avoir été réussis à l'UQAM.

**Exigence linguistique en anglais**

Tous les étudiants du programme doivent attester de leur maîtrise de la langue anglaise au niveau intermédiaire avancé par la réussite du test TOEIC avec un résultat de 785 et plus ou VERSANT avec un résultat de 58 ou plus. Il est de la responsabilité de l'étudiant de prendre les moyens pour atteindre le niveau exigé dans les plus brefs délais pour éviter tout retard dans son cheminement.

**Cours du programme à suivre en anglais**

Au moins l'équivalent d'un cours du programme doit être suivi en anglais à l'UQAM (si offert) ou dans une autre université.

**Conditions d'accès à l'activité terminale**

Pour débiter l'activité terminale, il faut avoir réussi 75 crédits du programme et avoir satisfait aux exigences de l'anglais (cours du programme à suivre en anglais et niveau intermédiaire avancé par la réussite du test TOEIC ou VERSANT). Il faut, au préalable, avoir complété un minimum de 400 heures de travail ou de stage dans le domaine du tourisme, de l'hôtellerie ou de la restauration et présenter les lettres d'attestation appropriées à la direction de son programme. L'étudiant devra présenter les lettres d'attestation appropriées à la direction de son programme ou s'inscrire au cours préalable à l'activité terminale associée à sa concentration (EUT1200 Préalable à l'activité terminale en gestion des organisations et des destinations touristiques ou GHR1200 Préalable à l'activité terminale en gestion hôtelière et de restauration). Note : En vue de bien préparer ses démarches de recherche de stage, il est fortement recommandé d'assister à une

rencontre de stage organisée par la direction du programme.

**Conditions particulières à certains cours**

- EUT4515 Séminaire d'intégration en gestion du tourisme et de l'hôtellerie : Avant de s'inscrire au cours EUT4515 Séminaire d'intégration en gestion du tourisme et de l'hôtellerie il faut avoir réussi 45 crédits du programme mais ne pas en avoir complété plus de 60 crédits.
- EUT5045 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières : Avant de s'inscrire au cours EUT5045 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières il faut avoir réussi 60 crédits du programme.
- Cours «Stage» GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration : Un maximum de deux cours (6 crédits) est permis simultanément à l'inscription à un stage à temps complet (35 à 40 heures); un maximum de trois cours (9 crédits) est permis simultanément à l'inscription à un stage à temps partiel (20 à 25 heures).
- GHR1002 Mise à niveau en hôtellerie (hors-programme) et GHR1003 Mise à niveau en restauration (hors-programme) (exigence spécifique à la concentration gestion hôtelière et de restauration) : Les étudiants, avant de s'inscrire à un cours de concentration, doivent suivre un cours hors programme (GHR1002 Mise à niveau en hôtellerie (hors-programme) ou GHR1003 Mise à niveau en restauration (hors-programme)) à moins que leur formation antérieure ou leur expérience de travail leur ait permis d'acquies une formation minimale (attestée de 800 heures dont au moins 400 heures en hôtellerie et au moins 400 heures en restauration) des techniques et des méthodes de travail de base en hôtellerie et restauration. Note : cette exigence ne s'applique pas aux cours GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration et GHR3300 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques.

**DESCRIPTION DES COURS****AOT4275 Gestion des opérations dans les services touristiques**

Dans ce cours, l'étudiant sera amené à comprendre les principaux aspects de la servuction et développer une capacité d'intervention dans la gestion d'un système opérationnel dans les secteurs du tourisme, de la restauration, et de l'hôtellerie. À la fin du cours, l'étudiant sera en mesure de comprendre la nature des processus dans ces secteurs et leur rôle fondamental dans la création d'une valeur supérieure et dans la compétitivité de l'entreprise, de décrire et analyser un processus, de gérer un processus et être un participant avisé à la gestion des processus dans son organisation, de participer efficacement à l'amélioration d'un processus et à la conception d'un nouveau processus, d'intervenir dans la conception, la mise en place, la gestion et l'amélioration continue du système opérationnel de l'organisation. On présentera d'abord une vue d'ensemble des processus de servuction (production de services) et de ses principales interrelations. On traitera ensuite de la qualité et de la productivité dans les services de tourisme, d'hôtellerie et de restauration de même que leurs déterminants; des principaux moyens de mesure de la productivité et de la qualité; des méthodes de conception et d'amélioration d'un processus de servuction concurrentiel; des 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.

Préalables académiques

MGT2150 Management ou MET2150 Management ou MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique

**AOT5215 Management, Information et Systèmes en tourisme**

Ce cours vise à former des gestionnaires capables de saisir les enjeux propres aux changements de processus induits par les SI/TIC et leur

gestion, et d'initier un dialogue avec les spécialistes des SI/TIC. Ce cours se positionne au croisement du management des processus, des systèmes d'information et des systèmes informatiques que l'on retrouve dans l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. Dans ce cours, l'emphase sera portée sur l'acquisition de savoirs et de savoir-faire qui permettront aux étudiants de développer leur capacité d'analyse et d'intervention dans les organisations lorsqu'ils seront confrontés à des problématiques d'amélioration de la performance des processus induits par les SI/TIC.

#### Modalité d'enseignement

Cours magistraux, études de cas, séances de laboratoire. Les laboratoires permettront aux étudiants de se familiariser avec les logiciels de bases de données et tableur; de modélisation; de processus et des systèmes d'information.

#### Préalables académiques

AOT4275 Gestion des opérations dans les services touristiques ou MET4275 Gestion des opérations dans les services touristiques

### **AOT5318 Conception et développement d'application Workflow**

#### Objectifs

L'objectif général de ce cours est l'acquisition de compétences reliées à la conception et au développement d'une application Workflow, en mettant l'accent sur les pratiques de gestion des processus d'affaires (Business Process Management). Les étudiants vont progressivement acquérir des connaissances théoriques et pratiques organisées dans les domaines de la modélisation BPMN, de la modélisation des données, de la conception de scénario et des cas d'utilisation ainsi que de conception d'interfaces.

#### Sommaire du contenu

Les contenus suivants seront abordés : la modélisation d'un processus selon la notation BPMN, la conception de modèle de données orientée objet, la création de formulaire pour concevoir l'interface Web, l'extraction des règles d'affaires, l'allocation des tâches à des personnes, l'intégration à des systèmes externes et le déploiement du processus en production. Le cours est également structuré autour de l'apprentissage d'un BPMS (Business Process Management System) qui vise à maîtriser les délais et les coûts d'exécution des tâches d'un processus informationnel en y intégrant le maximum de dispositifs automatisés remplaçant les tâches manuels. Aux séances de cours en classe s'ajoutent des séances de laboratoire pour apprendre à utiliser certains logiciels spécifiques aux objectifs du cours. Un projet de session intégrateur permettra aux étudiants de mettre en pratiques les différents contenus pédagogiques.

#### Modalité d'enseignement

Le cours se déroulera en séance de classe standard et comportera des séances de type laboratoire lors desquelles les étudiants travailleront en groupes restreints sur des problématiques de conception et de développement et bénéficieront d'un encadrement soutenu et personnalisé de l'enseignant.

#### Préalables académiques

AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires ou MET1330 Introduction aux technologies d'affaires ou AOT5215 Management, Information et Systèmes en tourisme ou MET5215 Management, Information et Systèmes en tourisme

### **AOT5332 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)**

#### Objectifs

Le cours a comme objectif d'initier l'étudiant aux rôles que jouent les différents progiciels de gestion intégrés (PGI). Plus précisément, ce cours permettra à l'étudiant : (1) de connaître le portfolio de PGIs disponibles sur le marché permettant de soutenir les activités de l'entreprise; (2) de connaître les fonctionnalités particulières offertes par chacun de ces progiciels; et (3) d'utiliser le progiciel ERP de SAP, le leader mondial de solutions d'affaires intégrées.

#### Sommaire du contenu

Pour soutenir les activités de l'entreprise, seront abordés dans ce cours

les familles de progiciels suivantes: - L'Enterprise Resource planning (ERP) - Les progiciels soutenant les activités d'approvisionnement de l'entreprise - Les progiciels soutenant la gestion de la relation client (CRM) - Les progiciels soutenant la gestion de la chaîne d'approvisionnement (SCM, MES, SCP, etc.) - Les progiciels soutenant la gestion du cycle de vie produit (PDM, CAD/CAM, etc.) - Les progiciels soutenant l'intelligence d'affaires (BI)

#### Modalité d'enseignement

6 séances de laboratoires d'une durée de 2 heures chacune

### **AOT5341 Collaboration à l'ère du travail hybride**

#### Objectifs

L'objectif général du cours est l'acquisition de compétences reliées à la collaboration efficace en équipe peu importe le lieu. Les étudiantes et étudiants vont progressivement acquérir des connaissances théoriques et pratiques (méthodes, outils et techniques) abordant les domaines de la coordination, de la coopération et de la collaboration en ligne en mode synchrone ou asynchrone.

#### Sommaire du contenu

Les contenus suivants seront abordés : le mode de travail hybride, le travail en ligne en mode synchrone et asynchrone ; la collaboration efficace à distance ; la mise en place d'une routine de travail en ligne ; l'équilibre travail/famille ; les présentations en vidéoconférence; le partage et la gestion de connaissances en ligne ; la gestion des équipes à distance ; l'animation de discussions en ligne ; la concentration en ligne ; l'utilisation efficace des outils de gestion et de coordination de tâches ; la co-rédaction en ligne sur une plateforme wiki; l'évaluation des technologies adéquates pour soutenir le travail en ligne ; la reconnaissance des biais induits par la collaboration ligne ; l'harmonisation entre équipes présentiels et équipes virtuelles.

### **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.

#### **ECO2045 Dimensions économiques du 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.

#### **Modalité d'enseignement**

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.

#### **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

#### **ESG503X Projet d'études internationales**

##### **Objectifs**

Ce cours a pour objectif la réalisation d'un mandat obtenu d'une entreprise québécoise choisie par le groupe d'étudiants dans la zone géopolitique déterminée chaque année.

##### **Sommaire du contenu**

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. Le cours se donne sous la forme de cours théoriques, de conférences sur le commerce et la zone géographique ciblée ainsi que par des séances d'encadrement d'équipe.

#### **Conditions d'accès**

Avoir complété 45 crédits en sciences de la gestion au trimestre d'hiver précédent le départ à l'étranger; avoir une moyenne cumulative égale ou supérieure à 2,7 sur 4,3 et obtenir l'approbation de la direction de son programme. Ce cours est soumis à un processus de sélection. L'étudiant devra déposer un dossier de candidature (formulaire, cv, lettre de motivation).

#### **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.

### **EUT1172 Développement durable et gestion**

#### Objectifs

Ce cours vise à développer chez l'étudiant les connaissances et les habiletés nécessaires à l'intégration des principes de développement durable à la gestion des organisations publiques et privées. Plus spécifiquement, l'étudiant pourra comprendre les liens entre le développement économique et les grands enjeux environnementaux et sociaux contemporains, connaître les principes du développement durable et leur application dans le cadre de politiques publiques menant à un développement économique durable, et découvrir différentes stratégies et pratiques de gestion vertes.

#### Sommaire du contenu

Le cours aborde notamment les problèmes environnementaux et l'historique du concept, le concept d'externalités, les approches et principes d'intervention, les principaux indicateurs de durabilité, les implications locales, régionales et globales, la planification urbaine et la gestion du territoire, la rentabilité verte et les pratiques de gestion durable associés à des normes volontaires, des lois ou des politiques, 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.

#### Modalité d'enseignement

Ce cours est accompagné d'au moins deux sorties sur le terrain.

### **EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique**

Ce cours permet à l'étudiant de traduire un problème empirique dans une problématique de recherche, d'utiliser les techniques de base de l'enquête empirique, de traiter les données au plan statistique, de les interpréter et de faire des recommandations. Ce cours amène aussi à rédiger un rapport de recherche utilisable sur le marché du travail. Le cours propose une introduction à la méthodologie de la recherche appliquée au tourisme. Il s'agit d'un cours de base sur la démarche scientifique portant sur les recherches exploratoires, descriptives et causales. Le cours vise l'utilisation des techniques de base de l'enquête: questionnaire, échantillonnage, collecte de données primaires, codification et construction d'une base de données. Il présente aussi le traitement et l'analyse univariée et bivariée des données.

#### Modalité d'enseignement

Utilisation de logiciels de traitement statistiques.

#### Préalables académiques

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme; MAT2080 Méthodes statistiques

### **EUT4515 Séminaire d'intégration en gestion du tourisme et de l'hôtellerie**

Ce cours vise à faire des liens entre les cours du tronc commun du programme et leurs applications dans les industries du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. Il contribuera au développement de l'esprit d'analyse, de la capacité d'interprétation et de formulation de solutions réalistes et efficaces, en fonction d'un rôle de direction. L'étudiant pourra y développer sa capacité à communiquer des résultats d'analyse, des constats et des recommandations reliés à une fonction de travail précise et à travailler efficacement en équipe en

fonction du rôle à assumer dans celle-ci. À partir d'une activité pédagogique mobilisatrice, l'étudiant sera amené à établir des objectifs en lien avec la mission de l'entreprise et se sensibiliser aux domaines et aux types d'emplois éventuels pour guider sa carrière dans l'industrie. Par le biais d'une étude de cas, d'un tournoi de gestion, d'une simulation de gestion ou de visites d'entreprises, l'étudiant simulera et assumera un rôle spécifique de direction tout au long du déroulement de l'activité.

#### Modalité d'enseignement

Enseignement conjoint UQAM-ITHQ.

#### Conditions d'accès

Avoir un minimum de 45 crédits et un maximum de 60 crédits.

### **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.

### **EUT5045 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières**

Ce cours a pour objectif de développer chez l'étudiant une compréhension intégrée des dimensions économiques et organisationnelles de la stratégie d'entreprise dans l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. Il propose à l'étudiant de raisonner comme le dirigeant au sommet de l'entreprise, c'est-à-dire en ayant une vision d'ensemble de l'organisation qu'il dirige. L'étudiant est appelé à comprendre les mécanismes fondamentaux qui sous-tendent toute stratégie d'entreprise en identifiant les enjeux auxquels sont confrontés les intervenants touristiques. Il est également amené à identifier les raisons stratégiques qui guident les entreprises dans leurs actions en effectuant un diagnostic averti et à choisir des options stratégiques claires. L'étudiant est appelé à développer une vision d'ensemble de l'organisation, notamment par l'intégration des différentes fonctions de l'entreprise dans une optique d'analyse stratégique. Enfin, l'étudiant est amené à mettre en action ses aptitudes dans l'analyse et dans la planification stratégique dans la résolution de problématiques réelles de gestion, lui permettant d'appliquer à la réalité les notions théoriques présentées. Reposant sur des bases de réflexion portant sur la riche littérature scientifique sur le domaine ainsi que sur la mise en application par le biais d'un plan stratégique portant sur une organisation touristique, hôtelière ou de restauration réelle, le cours permet d'intégrer les différentes compétences fonctionnelles développées par les étudiants au cours de son cheminement universitaire.

#### Modalité d'enseignement

Des conférenciers actifs dans l'univers du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration sont invités pour illustrer de manière concrète les défis que représentent la planification stratégique dans une logique de parties prenantes internes et externes nombreuses, nouvelles et ayant un rapport de force variable.

#### Conditions d'accès

60 crédits complétés dans le programme.

### **EUT5050 Tendances et avenir des marchés touristiques**

Ce cours propose une analyse des principales tendances qui structurent l'avenir du tourisme en relevant les phénomènes en émergence qui pourront influencer le développement de certains secteurs, à court, moyen et long terme. Le cours permettra d'identifier les tendances lourdes qui influencent les choix stratégiques des entreprises touristiques, de tenir compte des relations d'interdépendance entre les différents niveaux de la société qui influencent les marchés touristiques, de traiter et d'analyser à l'aide de l'informatique les données recueillies et de présenter les résultats de façon claire et rigoureuse et d'utiliser la prévision et la prospective comme instruments d'analyse et de planification d'un projet touristique et hôtelier. En plus d'études de cas, les principales méthodes empiriques et mathématiques de la prévision seront présentées. L'étudiant sera aussi initié à l'élaboration de scénarios prospectifs dans une perspective d'aide à la décision en évaluant, en précisant et en déterminant les options souhaitables pour l'avenir. La démarche prévisionnelle et prospective dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie sera présentée, en y intégrant les principales techniques et méthodes d'aide à la décision utilisées en sciences sociales.

Modalité d'enseignement

Utilisation de logiciels de traitement statistique.

Préalables académiques

ECO2045 Dimensions économiques du tourisme; EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

### **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.

### **GHR1002 Mise à niveau en hôtellerie (hors-programme)**

En partie théorique et en mise en situation en entreprise, le cours est conçu à l'intention des personnes n'ayant pas une formation ou une expérience de travail minimale en hôtellerie. Le cours cherche à décrire le contexte de réalisation des tâches effectuées par les employés de ce secteur en utilisant une terminologie appropriée; il vise également à se familiariser avec les matières premières, l'équipement, les normes et les standards usuels dans ces secteurs.

Objectifs

Ce cours vise à faciliter la compréhension des concepts propres à l'industrie de l'hôtellerie, à se familiariser avec le fonctionnement de la réception d'un hôtel et à l'entretien ménager d'un hôtel. L'étudiant pourra prendre contact avec les lieux et l'équipement utilisé dans les contextes visés par le cours, soit à expérimenter et à apprécier l'accueil à la réception d'un hôtel, l'entretien d'une chambre et à se référer à des normes de productivité et des qualifications nécessaires dans la réalisation des différentes tâches de travail. Finalement en vivant une activité pédagogique mobilisante, l'étudiant pourra reconnaître l'importance de la maîtrise des techniques propres à l'industrie dans le travail du gestionnaire.

Sommaire du contenu

En partie théorique et en mise en situation en entreprise, le cours est conçu à l'intention des personnes n'ayant pas une formation ou une expérience de travail minimale en hôtellerie. Le cours cherche à décrire le contexte de réalisation des tâches effectuées par les employés de ce secteur en utilisant une terminologie appropriée; il vise également à se familiariser avec les matières premières, l'équipement, les normes et

les standards usuels dans ces secteurs.

Modalité d'enseignement

Ce cours hors-programme doit être suivi avant de pouvoir s'inscrire à un cours de la concentration « gestion hôtelière et de restauration » à moins d'avoir été exempté par la direction du programme. (voir les règlements pédagogiques particuliers)

### **GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration**

L'objectif de ce cours est d'amener l'étudiant à porter un regard critique sur l'offre en hôtellerie et en restauration selon différents concepts desservant le territoire et les clientèles. Par ce cours, l'étudiant développera une compréhension de l'organisation de l'hôtellerie et de la restauration comme produits existant dans une destination et l'étudiant en hôtellerie et en restauration développera une compréhension plus globale des deux industries et de la gamme des produits et modèles d'affaires possibles sur le territoire. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure de différencier les modèles d'entreprises en hôtellerie et en restauration selon l'affiliation à une bannière, à une société de gestion immobilières ou à un groupe corporatif. L'étude des modes d'organisations humaines nécessaires à l'exploitation d'hôtels et de restaurant est faite en fonction du modèle d'entreprise, du mode de propriété et des parties prenantes présentes dans l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration et des intérêts qui les animent. Ce cours aborde les notions de concepts de restauration et d'hôtellerie, des modes de propriété et des groupes d'influence présents dans l'industrie hôtelière. Par le biais des indicateurs macro-économiques et des différentes typologies utilisées dans l'industrie l'étudiant pourra identifier la place des produits hôteliers et de restauration aux niveaux local, national et international. Ce cours vise aussi à introduire l'organisation typique des différents départements de l'hôtel: hébergement, restauration, entretien ménager, banquets et autres services (spa, golf, piscine, boutique, etc.).

### **GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier**

Ce cours vise à initier l'étudiant à l'interprétation des données financières et des résultats opérationnels en hôtellerie et restauration, aux contrôles propres et spécifiques à l'industrie H&R et à les adapter au contexte de l'entreprise. L'étudiant pourra procéder aux calculs opérationnels et financiers et apprendre à interpréter les résultats, à appliquer le processus de contrôle (objectifs, collecte, traitement, analyse et interprétation) et apprécier le processus de l'exercice budgétaire. En considérant les normes issues du «Système Uniforme de Comptabilité pour Restaurants et Hôtels», il pourra identifier les outils permettant d'évaluer des activités reliés aux produits et services hôteliers dans une perspective de rentabilité et d'identifier la pertinence et la forme nécessaire des activités de contrôle à implanter et exploiter selon le contexte de l'entreprise, incluant des outils efficaces de communication des résultats. Le cours aborde la collecte des informations relatives aux revenus et aux dépenses. On traite aussi la structure des coûts en hôtellerie. Les outils de contrôle dans leur conception et leur application concrète dans un hôtel type et un restaurant type seront également présentés. Il sera aussi question des éléments des inventaires, des coûts des marchandises, des coûts de main-d'oeuvre, des ratios courants en hôtellerie et restauration. Seront aussi abordés les différentes étapes de la prévision budgétaire, de l'interprétation des résultats et de la prise de décision dans un contexte hôtelier.

Modalité d'enseignement

Utilisation de certains logiciels d'exploitation de restauration.

Préalables académiques

SCO1250 Introduction aux sciences comptables; GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration

### **GHR3300 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques**

Ce cours amène l'étudiant à reconnaître les composantes émotionnelles, affectives, culturelles et cognitives présentes dans les relations socioprofessionnelles dans le but de s'approprier la dynamique propre à chaque échange. Le cours amène l'étudiant à

utiliser les fondements psychologiques de la communication entre les individus et les différentes théories associées à l'approche relationnelle pour identifier les facteurs de succès et les dysfonctions relationnelles présentes dans les situations de gestion spécifiques aux milieux du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration. Il peut ainsi positionner la place de la relation interpersonnelle dans la création d'expérience chez le client, chez les employés ou les partenaires et évaluer les différentes stratégies relationnelles présentes au regard des nouvelles technologies présentes dans les milieux d'affaires. Des sujets tels que les traits de personnalités, les réactions émotives, la satisfaction, l'insatisfaction et la récupération de service seront traités.

Préalables académiques  
ORH1163 Comportement organisationnel

#### **GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration**

Ce cours amène l'étudiant à appliquer et à mesurer l'impact des processus opérationnels utilisés en distribution de la restauration, c'est-à-dire en salle en manger, en banquets, traiteurs ou selon d'autres modes de service. Ce cours permet à l'étudiant de reconnaître les modes de distribution des services de restauration ainsi que l'organisation du travail dans le cadre des activités quotidiennes d'un restaurant et les ressources nécessaires au bon fonctionnement des activités quotidiennes. Il sera en mesure de reconnaître les enjeux liés au design de l'expérience client, du suivi de celle-ci et de l'évaluation de la satisfaction: comprendre, concevoir et implanter en détails les éléments reliés aux opérations de restauration (design de l'expérience), spécifiquement en salle à manger et au bar incluant le service du vin. - La gestion de la salle inclut la planification des besoins de main-d'oeuvre, des installations physiques, de l'approvisionnement de matériel et de produits alcooliques ainsi que l'optimisation des ressources humaines. - Les axes principaux du cours seront la rentabilité de l'organisation et la satisfaction de la clientèle. - La place des nouvelles technologies impliquées dans la construction et la gestion du service seront explorées sous un oeil critique pour être en mesure d'en évaluer leurs impacts selon le contexte de l'entreprise.

Préalables académiques  
GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration;  
MET4275 Gestion des opérations dans les services touristiques ou  
AOT4275 Gestion des opérations dans les services touristiques

#### **GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement**

Ce cours amène l'étudiant à évaluer la performance des processus opérationnels utilisés en hébergement. Il permet à l'étudiant de reconnaître les modes d'organisation du travail utilisés en hébergement pour gérer les activités quotidiennes reliées aux arrivées et aux départs des clients. Il lui permet d'évaluer les approches relationnelles utilisées par l'industrie hôtelière pour assurer la satisfaction de la clientèle en hébergement et de reconnaître la place des nouvelles technologies utilisées dans la construction du service en tant qu'expérience et des activités de soutien en hébergement. L'étudiant est aussi amené à apprécier les modes d'organisation du travail en entretien-ménager sous un oeil de mobilisation du personnel et d'évaluer la qualité des produits offerts et des services rendus en hébergement au regard des processus de service utilisés. Ce cours vise à développer une compréhension approfondie des opérations liées à l'hébergement, au regard des départements de l'entretien ménager, de la réception et de la conciergerie, de manière à planifier et à diriger ces opérations. Les notions seront abordées sous l'angle des processus opérationnels que le gestionnaire doit implanter et dont il doit assurer le déroulement, le contrôle de performance et de l'amélioration. Les implications liées au design de l'expérience client ainsi que l'évaluation de la satisfaction seront abordées. Le cours vise aussi à analyser les processus établis en termes d'optimisation des ressources. L'exploration des méthodes et processus spécifiques à l'hébergement tient compte de l'agencement maximal des ressources humaines, des ressources financières et matérielles.

Préalables académiques  
GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration;  
MET4275 Gestion des opérations dans les services touristiques ou

AOT4275 Gestion des opérations dans les services touristiques

#### **GHR4301 Mobilisation et gestion des relations de travail en hôtellerie et restauration**

Ce cours a comme objectif d'amener l'étudiant à évaluer les approches de relations de travail présentes dans les entreprises hôtelières et de restauration. Il permet à l'étudiant d'établir le rayon d'action des activités de relations de travail en hôtellerie et en restauration et d'identifier le cadre légal pertinent à la gestion des ressources humaines en hôtellerie et restauration. L'étudiant est amené à évaluer l'impact de la syndicalisation dans l'exploitation d'hôtels et de restaurants et d'apprécier l'impact des actions associées au processus de négociation d'une convention collective de travail dans un hôtel ou un restaurant. Le cours amène également l'étudiant à mesurer l'impact des technologies sur les pratiques utilisées en gestion des ressources humaines et touche également à l'impact des approches novatrices de la gestion des ressources humaines utilisées dans différents milieux d'affaires. Les sujets abordés dans ce cours toucheront l'historique des relations de travail dans l'hôtellerie-restauration, les structures des organisations syndicales et patronales, la rémunération, l'aspect légal du cadre du travail, la santé, la sécurité et les politiques institutionnelles. L'étude du processus de négociation, du contenu et de l'implantation de la convention collective en hôtellerie-restauration sera également abordée.

Préalables académiques  
ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines;  
GHR3300 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques

#### **GHR4400 Gestion des revenus et E-Commerce en hôtellerie et restauration**

Ce cours amène l'étudiant à développer des stratégies de tarification, de distribution et de promotion de produits et service hôteliers et de restauration. Il permet à l'étudiant d'identifier les variables pertinentes à l'établissement de la tarification des produits et services hôteliers et de restauration. Le cours reprend les principes économiques de base utilisés dans l'établissement de la tarification pour en maîtriser les différentes méthodes. L'étudiant est aussi amené à identifier les outils de e-commerce utilisés par les entreprises hôtelières et de restauration pour mettre en marché leurs produits et services. Les principes de maximisation des revenus sont utilisés pour aborder la vente de produits hôteliers en hébergement, au niveau des congrès et des banquets, des produits de restauration et de tout autre service connexe que l'on retrouve dans un hôtel. Selon les différentes approches utilisées dans l'industrie hôtelière, l'étudiant sera amené à lier les prévisions d'achalandage avec la structure tarifaire utilisée pour effectuer la vente des produits et des services. Ainsi, l'étudiant sera en mesure d'évaluer les activités de distribution des produits et services d'un hôtel ou d'un restaurant à l'égard des stratégies de tarification et de distribution utilisées.

Préalables académiques  
MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie; MET5215 Management, Information et Systèmes en tourisme ou AOT5215 Management, Information et Systèmes en tourisme

#### **GHR500X Cours hors Québec en gestion hôtelière et de restauration (3 à 12 crédits)**

Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion effectuant un séjour d'études hors Québec (au Canada ou à l'étranger). Il vise à leur permettre de s'inscrire à des activités académiques (cours magistraux ou séminaires) dans le domaine de la gestion hôtelière et de restauration qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

Conditions d'accès  
Effectuer un séjour d'études dans un établissement universitaire hors Québec.

Préalables académiques  
Selon le sujet.

**GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration**

L'objectif du stage est de placer l'étudiant dans une situation réelle de travail pour lui permettre de faire le lien entre les apprentissages réalisés dans les cours et la pratique de gestion en hôtellerie ou en restauration. Le stage vise à faciliter l'intégration de l'étudiant au marché du travail en lui fournissant l'occasion d'exercer une ou plusieurs fonctions de gestion sous la supervision d'un responsable d'une organisation ou d'une entreprise hôtelière ou de restauration. Dans un contexte de travail rémunéré, l'étudiant est ainsi amené à faire valoir ses connaissances et ses aptitudes. Par le mandat qui lui sera confié, il peut contribuer à la résolution de problèmes de gestion en mettant à profit ses acquis. Le stage d'une durée minimale de 400 heures peut être réalisé dans différents milieux du domaine de l'hôtellerie et de la restauration au Québec: hôtels, établissement d'hébergement, restaurants et services alimentaires. La recherche du lieu de stage, qui s'effectue au trimestre précédent le stage comme tel, est de la responsabilité de l'étudiant avec l'aide des services mis en place par l'ITHQ et l'ESG. Le stage est complété par la réalisation d'un rapport qui permettra à l'étudiant d'évaluer son expérience concrète de travail et de faire explicitement les liens entre la formation académique et l'expérience vécue en situation réelle de travail en privilégiant une problématique particulière. Le déroulement du stage ainsi que la production du rapport sont sous la responsabilité d'un enseignant.

**Conditions d'accès**

Attester d'une expérience de travail ou de stage d'au moins 400 heures dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration; avoir réussi au moins 75 crédits; avoir satisfait aux exigences en anglais (cours du programme à suivre en anglais et niveau intermédiaire avancé attesté par la réussite du test TOEIC).

**GHR5202 Stage hors-Québec en gestion de l'hôtellerie et de la restauration**

L'objectif du stage est de placer l'étudiant dans une situation réelle de travail pour lui permettre de faire le lien entre les apprentissages réalisés dans les cours et la pratique de gestion en hôtellerie ou en restauration. Le stage vise à faciliter l'intégration de l'étudiant au marché du travail en lui fournissant l'occasion d'exercer une ou plusieurs fonctions de gestion sous la supervision d'un responsable d'une organisation ou d'une entreprise hôtelière ou de restauration. Dans un contexte de travail rémunéré, l'étudiant est ainsi amené à faire valoir ses connaissances et ses aptitudes. Par le mandat qui lui sera confié, il peut contribuer à la résolution de problèmes de gestion en mettant à profit ses acquis. Le stage d'une durée minimale de 400 heures peut être réalisé dans différents milieux du domaine de l'hôtellerie et de la restauration à l'extérieur du Québec et à l'international : hôtels, établissement d'hébergement, restaurants et services alimentaires. La recherche du lieu de stage, qui s'effectue au trimestre précédent le stage comme tel, est de la responsabilité de l'étudiant avec l'aide des services mis en place par l'ITHQ et l'ESG. Le stage est admissible pour l'obtention d'une bourse à la mobilité. Le stage est complété par la réalisation d'un rapport qui permettra à l'étudiant d'évaluer son expérience concrète de travail et de faire explicitement les liens entre la formation académique et l'expérience vécue en situation réelle de travail en privilégiant une problématique particulière. Le déroulement du stage ainsi que la production du rapport sont sous la responsabilité d'un enseignant.

**Modalité d'enseignement**

Des modalités spécifiques d'encadrement à distance seront prévues à l'entente d'évaluation; un délai maximum de 30 jours suivants la fin du mandat de stage sera accordé pour la remise du rapport.

**Conditions d'accès**

Attester d'une expérience de travail ou de stage d'au moins 400 heures dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration; avoir réussi au moins 75 crédits; avoir satisfait aux exigences en anglais (cours du programme à suivre en anglais et niveau intermédiaire avancé attesté par la réussite du test TOEIC).

**GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration**

Ce cours amène l'étudiant à coordonner l'ensemble des approches multidisciplinaires nécessaires à l'aménagement d'installations hôtelières et de restauration, ainsi que d'intégrer le développement des pratiques environnementales dans l'entreprise. Les principes d'aménagement d'un projet d'hôtel et de restaurant, les éléments structuraux et architecturaux des édifices, les éléments de design et de décoration, les aménagements et équipements particuliers des centres de services hôteliers et de production de restauration seront présentés, illustrés et analysés pour des projets spécifiques d'implantation d'établissements hôteliers et de restauration. On y abordera les préoccupations de la gestion des installations physiques, des systèmes d'ingénierie et de l'entretien, les aspects reliés à la planification tels que l'échéancier, les coûts, les équipes de professionnels. L'implantation des pratiques environnementales sera abordée en termes d'aménagements physiques et des opérations ainsi que des critères reliés à la certification environnementale en vigueur dans l'industrie.

**Préalables académiques**

GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration

**GHR5701 Gestion financière des actifs en hôtellerie et restauration**

Ce cours vise à approfondir les fondements acquis en finance et les appliquer à la réalité de l'industrie hôtelière et de la restauration, laquelle est grandement influencée par ce phénomène. Le cours vise à considérer les sources d'information, l'analyse et l'interprétation des résultats d'analyse. Les modes d'investissement seront abordés dans un angle de prise de décision reposant sur l'identification des avantages et des inconvénients des principaux modes de financement, ainsi que la définition des mesures de contrôle et d'évaluation budgétaire pour finalement présenter et argumenter sur un plan de financement auprès de groupes intéressés. Dans ce cours, on y abordera l'analyse financière, l'allocation des ressources en capitaux, le fonds de roulement et les différents modes de financement. Des accents seront portés sur l'exercice budgétaire, autant d'un point de vue de sa cohérence avec les opérations que du point de vue des immobilisations. Les outils d'aide à la décision financière, pour soutenir le choix d'un projet d'investissement, seront aussi abordés. Finalement le cours abordera, par l'étude de cas, le financement des différents projets propres à l'hôtellerie et des modes d'épargnes.

**Préalables académiques**

FIN3500 Gestion financière

**GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire**

Ce cours vise à développer chez l'étudiant les habiletés nécessaires pour comprendre et appliquer les principes et outils de gestion liés aux opérations de production attribuées à la cuisine d'un restaurant. Au terme de ce cours, l'étudiant sera en mesure d'organiser l'approvisionnement d'une entreprise hôtelière et de restauration ainsi que de planifier et contrôler la production alimentaire d'un établissement commercial ou institutionnel de restauration. Tous les types de restaurants seront évoqués : établissement haut de gamme, petits bistros, franchises, traiteurs, services alimentaires et institutions seront décrits d'un point de vue de production culinaire et d'approvisionnement. Ce cours aborde les étapes de planification et de rédaction des menus de différents types de services alimentaires en considérant les règles de rédaction ainsi que les impacts sur les coûts, les équipements, les compétences et la rentabilité. On y abordera également les systèmes de production/distribution et la pertinence de la cuisine d'assemblage. L'étudiant verra à appliquer et à exploiter les outils de gestion reliés à la production tels que les inventaires, les processus d'approvisionnement et à contrôler la qualité, incluant l'évaluation sensorielle des aliments. Le contrôle de la qualité sera abordé comme fondement à la supervision et à l'évaluation de la performance des opérations de production. Le contrôle des règles d'hygiène et de salubrité sera abordé dans ce cours, lequel inclura la formation de « gestionnaire de service alimentaire » délivrée par le MAPAQ.

**Modalité d'enseignement**

Ce cours peut contenir des démonstrations culinaires, échantillons de

produits et dégustations.

Préalables académiques

GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration

#### **GHR6201 Développement de l'offre alimentaire en restauration**

Ce cours vise à sensibiliser l'étudiant à l'offre alimentaire d'un restaurant ou d'un service alimentaire, indépendant ou intégré dans un établissement hôtelier, afin de l'actualiser et de mieux répondre aux attentes de la clientèle. De manière opérationnelle, l'étudiant pourra diriger des projets de recherche et développement pour corriger des menus existants ou encore de redéfinir complètement les différents menus d'un restaurant, traiteur, hôtel, service alimentaire ou autres. Finalement l'étudiant pourra développer sa capacité à remettre en question l'offre alimentaire d'un établissement de restauration dans une perspective de rentabilité. Dans ce cours, on y aborde les types d'offres alimentaires en restauration ainsi que les phénomènes alimentaires émergents. Il permet également d'apprécier les processus d'élaboration de menus utilisés dans l'industrie de la restauration, incluant les cartes des vins et de mettre à profit des outils de fixation des prix et le «menu engineering». Les préoccupations touchant la santé seront abordées ainsi que l'élaboration de recette et le calcul des coûts.

Préalables académiques

GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration

#### **GHR6301 Coordination des activités de direction en hôtellerie et restauration**

Ce cours amène l'étudiant à apprécier les rouages de la coordination des activités de direction rencontrés dans l'exploitation d'une entreprise hôtelière et de restauration. Que ce soit dans une perspective entrepreneuriale ou de direction générale d'entreprise corporative, l'étudiant est ainsi en mesure de reconnaître l'importance de la direction dans la gestion des entreprises au regard des stratégies adoptées et de reconnaître la place des rôles interpersonnels, informationnels et décisionnels du directeur. Ce cours permet à l'étudiant de distinguer les dimensions éthiques et politiques de la direction d'entreprise tout en tenant compte des niveaux de gouvernance rencontrés dans l'organisation, en plus des intérêts et des enjeux des différentes parties prenantes associées à la direction d'entreprise. Dans ce cours, différents modèles d'exploitation d'entreprise sont pris en compte pour reconnaître le contexte multidisciplinaire de la direction d'entreprise et pour comprendre les particularités de gestion associées à différents types de fonctionnement retrouvés en hôtellerie et en restauration. Des thèmes tels que le leadership, la gouvernance, la prise de décision et l'entrepreneuriat sont abordés pour comprendre la place des interactions nécessaires à la coordination des activités de direction d'une entreprise.

Préalables académiques

GHR3300 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques

#### **GHR6501 Gestion des congrès et des banquets**

Ce cours amène l'étudiant à évaluer les pratiques de gestion utilisées par un établissement hôtelier et/ou de restauration pour coordonner la réalisation de congrès et de banquets. Il permet à l'étudiant d'évaluer l'offre de produits et services reliée aux activités de congrès et de banquets d'un établissement hôtelier ou de restauration. Par l'identification des différents intervenants pour la tenue d'un congrès ou d'un banquet, l'étudiant sera en mesure d'analyser l'envergure des besoins rencontrés dans les différents marchés de groupe tout en évaluant les approches de vente utilisées dans la promotion des services de congrès auprès de ces clientèles cibles. Ce cours contribuera également à développer chez l'étudiant sa capacité à analyser des structures de travail et les interactions qui existent au sein des différents services d'un hôtel tels les services d'accueil, d'hébergement, de restauration, de support technique et des intervenants extérieurs, en vue de la réalisation de l'ensemble des projets de congrès et banquets que l'hôtel gère simultanément. Ce cours met l'accent sur les modes d'organisation de l'information et des systèmes de communication nécessaires à l'opérationnalisation

des congrès et banquets tout en évaluant la place des nouvelles technologies dans la gestion des congrès et banquets. Le cours explore la gestion des opérations hôtelières nécessaires à la réalisation des événements entourant l'accueil des groupes. Ainsi, les processus de travail utilisés par un établissement hôtelier seront explorés sous un angle de système d'information et de communication nécessaires pour soutenir le lien entre les activités de vente et les activités de réalisation d'un événement.

Modalité d'enseignement

Utilisation d'un système d'information et de communication (logiciel d'exploitation de la gestion des congrès et des banquets)

#### **GHR6801 Création d'entreprise en hôtellerie ou en restauration**

Cette activité terminale vise à permettre à l'étudiant de réaliser une étude de faisabilité d'une entreprise hôtelière ou de restauration qu'il souhaite créer dans le court terme. Au terme de l'étude, l'étudiant pourra conclure à la faisabilité ou non du projet d'entreprise. Par cette activité, l'étudiant est amené à appliquer les concepts de gestion propres à chacune des dimensions managériales que requiert une telle étude de faisabilité et à faire valoir ses connaissances académiques et ses aptitudes à démarrer une entreprise. Elle peut prendre la forme d'un plan d'affaires et comprendre notamment une analyse des environnements internes et externes. Les éléments suivants devraient être pris en compte : étude de marché, processus de production, système de gestion, structure juridique, autorisations requises, financement et comptabilité, ressources humaines, partenaires économiques, etc.

Modalité d'enseignement

La proposition de l'étude de faisabilité ou du plan d'affaires à réaliser doit être effectuée au trimestre précédant l'inscription au cours.

Conditions d'accès

Attester d'une expérience de 400 heures dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration; avoir réussi au moins 75 crédits incluant le cours EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique; avoir satisfait aux exigences en anglais (cours du programme à suivre en anglais et niveau intermédiaire avancé attesté par la réussite du test TOEIC). Il est fortement recommandé de suivre le cours MET3122 La gestion des PME ou MGT3122 La gestion des PME avant de réaliser cette activité.

Préalables académiques

EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

#### **GHR6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie ou en restauration**

Cette activité terminale vise à permettre à l'étudiant de réaliser un mandat de recherche-développement ou une étude visant à mettre sur le marché un projet, un produit ou un service novateur dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration. Dans un contexte de travail rémunéré, ce mandat ou cette étude peut se réaliser pour le compte d'une entreprise ou d'une organisation. Le caractère novateur est privilégié tout en étant évalué non de manière absolue mais relativement au contexte possible de réalisation. Par cette activité, l'étudiant est amené à faire preuve d'imagination et à faire valoir ses connaissances académiques et ses aptitudes à monter des projets novateurs. L'activité vise aussi à s'assurer que l'étudiant dispose et maîtrise les outils méthodologiques et éthiques afin de vérifier les impacts du projet, du produit ou du service ainsi que la faisabilité technique et économique. L'activité permet de décrire le projet, son caractère novateur, les besoins auxquels il répond, les conditions de réalisation. Il s'agit de produire une étude de pré-faisabilité qui doit comprendre une analyse des environnements internes et externes. Le résultat doit prendre la forme d'un document écrit et d'une présentation visuelle (maquette, affiche, présentation virtuelle avec l'aide de l'ordinateur, etc). Une présentation au mandataire clôt l'activité.

Modalité d'enseignement

La proposition du mandat doit être effectuée lors du trimestre précédant l'inscription au cours.

**Conditions d'accès**

Attester d'une expérience de 400 heures dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration; avoir réussi au moins 75 crédits incluant le cours EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique; avoir satisfait aux exigences en anglais (cours du programme à suivre en anglais et niveau intermédiaire avancé attesté par la réussite du test TOEIC).

**Préalables académiques**

EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

**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.

**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.

**MGT3122 La gestion des PME**

Ce cours a comme objectifs de doter l'étudiant des connaissances en management spécifiques au contexte de la gestion des PME et de lui apprendre à développer des modèles d'affaires et des stratégies adaptées aux réalités des PME d'ici. Ce cours propose une formation générale orientée sur les concepts, techniques et outils propres à la gestion d'une PME. On y voit les multiples formes de l'entrepreneuriat, ce qu'est un entrepreneur, une PME et sa gestion et ses spécificités. Une simulation de gestion d'entreprise initiera à la gestion d'une PME.

**MGT3224 Introduction à la gestion de projet****Objectifs**

Les objectifs du cours sont d'amener les étudiant(e)s à comprendre ce qu'est la gestion de projet ainsi que de connaître et de maîtriser les principaux outils et les méthodes de base afin d'effectuer les activités de gestion de projet, de la planification à la réalisation. À la fin de ce cours, l'étudiant(s) aura acquis les habiletés qui lui permettront de : - Définir et comprendre la gestion de projet ainsi que sa nature, son contexte et ses particularités - Connaître le vocabulaire de base en gestion de projet - Apprendre et maîtriser les différents outils et méthodes en gestion de projet - Évaluer la performance et les risques inhérents de la gestion de projet.

**Sommaire du contenu**

Par ailleurs, à la fin du cours, les étudiants auront acquis des connaissances clés quant aux fondements historiques et théoriques, le vocabulaire de base en gestion de projet, et aborder les aspects de contrôle, de communication et de gestion du changement. Les apprentissages de ce cours pourront être mis à profits dans une multitude de contextes aussi bien professionnels que personnels. De plus, les étudiants seront amenés à développer un plan de projet ainsi qu'à évaluer la performance et les risques inhérents à tout projet.

**Modalité d'enseignement**

Ce cours comporte quelques séances de laboratoire.

**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.

**MKG3330 Introduction au marketing numérique****Objectifs**

Ce cours permettra de comprendre l'impact et l'influence du marketing numérique sur les organisations et le comportement des consommateurs. Plus précisément, les étudiants seront initiés aux différentes tendances et stratégies/tactiques permettant d'atteindre les objectifs de la mise en marché d'un produit ou service, mais également d'acquisition et de rétention. Qui plus est, tout au long du cours, les étudiants seront amenés à se familiariser avec les principaux enjeux et responsabilités d'un gestionnaire voulant recourir au marketing numérique.

**Sommaire du contenu**

Les éléments de contenu suivants seront couverts : Impact de

l'influence du marketing numérique sur les organisations et le comportement du consommateur. Principaux enjeux et responsabilités (ex., sur les plans légal, éthique, environnemental) d'un gestionnaire voulant recourir au marketing numérique. Principaux concepts en comportement du consommateur, plus précisément les différentes étapes du processus d'achat et de fidélisation d'un consommateur en ligne. Approches qualitatives et quantitatives afin de connaître le consommateur en ligne (*big data*, intelligence artificielle, neuromarketing, netnographie, analyse de contenu, etc.). Stratégies ou tactiques afin d'atteindre les objectifs d'une organisation selon les différentes étapes du processus d'achat et de fidélisation d'un consommateur en ligne (ex. expérience utilisateur, personnalisation, marketing relationnel, géolocalisation, visibilité (moteur de recherche, marketing de contenu, publicité, etc.)).

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

### **MKG5305 Comportement du consommateur**

L'évolution historique de la discipline. Les modèles du comportement du consommateur. Les variables psychologiques de groupe et environnementales. Interactions: apprentissage, traitement d'information et perception. Prédilections: motivation, personnalité et attitudes. Le changement d'attitudes: théories régulatrices; implication et attribution. Les variables de groupe: les groupes de référence, les pairs et la famille. Les variables environnementales: milieu, classe sociale, mode de vie; situations. Le comportement du consommateur et la communication marketing.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3305 Marketing de services bancaires ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

### **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 MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

### **MKG5323 Gestion de la force de vente**

Objectifs

Ce cours permettra aux personnes étudiantes d'acquiescer les connaissances et les habiletés de base en gestion des ventes. Au terme du cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : Comprendre le rôle du gestionnaire au sein de l'entreprise et auprès de sa clientèle; Implanter des objectifs et des quotas; Réaliser des analyses des ventes et de la performance de l'équipe de ventes; Acquiescer des habiletés en dotation et en rétention des membres de l'équipe de ventes; Développer des outils de gestion de territoires et de prévision de ventes; Accomplir des réflexions stratégiques et de développer des plans tactiques pour le développement des affaires.

Sommaire du contenu

Ce cours se divise en trois parties comme autant de fonctions de la gestion des ventes: La première partie consiste à comprendre la conception du plan de vente et la planification des activités de l'équipe de vente qui s'y rattachent soient, entre autres, la définition des marchés, la segmentation et le positionnement, la détermination des prix, la fixation des objectifs et des quotas et l'organisation des territoires. La deuxième partie vise à expliquer le déploiement du plan de vente notamment par le recrutement, la sélection et la formation des membres de l'équipe de vente; par la création d'un plan de rémunération favorisant l'atteinte des objectifs et par la promotion d'un leadership propice à la rétention et à la motivation des membres de l'équipe. Enfin, la troisième partie entend présenter l'évaluation de la

performance collective de l'équipe et individuelle de chacun des membres qui la compose à l'aide d'outils qualitatifs comportementaux et quantitatifs tels l'atteinte de quotas et autres.

Modalité d'enseignement

Cours magistral interactif Étude de cas Exercices

Préalables académiques

MKG3300 Marketing

### **MKG5392 Événements spéciaux et commandites en relations publiques**

Développer les capacités de l'étudiant à analyser des opportunités en matière de commandites et d'événements spéciaux. L'étudiant devra être en mesure de synthétiser et d'intégrer l'information pertinente à de telles activités. Ce cours favorise l'acquisition de connaissances qui lui permettront d'intervenir et de prendre une décision quant à : - l'opportunité d'investir dans ce genre de véhicule communicationnel et promotionnel; - identification et analyse des opportunités au niveau des événements spéciaux, du mécénat, du sponsoring et des commandites: définition, distinction et utilisation; - intégrer les événements spéciaux et la commandite à l'intérieur d'une politique intégrée de communication d'entreprise: les liens avec la composante communication du programme de marketing; les liens avec les relations publiques, les liens avec la communication d'entreprise; - l'évaluation des coûts et des retombées de ces activités: estimation des coûts et des opportunités réelles, couverture, retombées médiatiques, couverture de presse et relations publiques; - la création d'image de marque et de notoriété à l'aide de commandites et d'événements spéciaux; - l'insertion publicitaire lors de ces événements: efficacité, retombée, notoriété.

Préalables académiques

MKG3300 Marketing ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

### **MKG5423 Gestion de la communication marketing intégrée**

Objectifs

Ce cours permettra aux étudiants d'élaborer, d'activer et de mesurer des campagnes de communication marketing pertinentes et efficaces pour les entreprises. L'étudiant sera donc appelé à développer ses capacités d'analyse et de stratégie de communications marketing pour répondre au mandat d'un client. Plus précisément, l'étudiant apprendra les grandes étapes et les décisions impliquées dans la mise en oeuvre d'un plan de communication marketing intégrée pour une entreprise, et ce, dépendamment des objectifs de l'entreprise, de l'audience, de son positionnement et de son budget. Ainsi, les connaissances effectives et le déploiement des différents médias (de masse et personnalisés) permettant de mieux rejoindre l'audience ciblée, ainsi que du mix communicationnel seront enseignés. Finalement, la création et la justification des bons indicateurs de performance feront également partie du cours.

Sommaire du contenu

Les éléments de contenu suivant seront couverts : Comprendre et tenir compte des enjeux sociaux et éthiques de la communication marketing pour une entreprise; Comprendre le domaine de la communication marketing et ses enjeux; Comprendre le rôle de l'agence de communication marketing et du client; Comprendre les principaux concepts en comportement du consommateur, plus précisément l'importance de l'attitude et l'implication dans la communication marketing; Comprendre l'importance de la créativité et de l'expérience de la marque dans un plan de communication marketing (créativité publicitaire, etc.); Être capable d'analyser et de critiquer une création publicitaire selon l'audience ciblée, les objectifs du client et le positionnement de la marque; Comprendre toutes les étapes d'un plan de communication marketing intégrée; Analyse de la situation; Enjeux; Savoir réaliser le parcours du consommateur et être capable d'en faire le diagnostic; Rédaction d'un persona; Rédiger des objectifs et des stratégies marketing et communicationnel; Comprendre et être capable de créer un positionnement et de le justifier; Être capable de bien identifier les différents médias de masse et personnalisés pour atteindre les objectifs d'une entreprise (quels médias choisir pour activer la marque); Être capable de comprendre et

de bien identifier le mix communicationnel et marketing et savoir bien budgéter; Savoir créer et choisir les bons indicateurs de performance pour chacune des tactiques et chacun des médias utilisés Être capable de démontrer le retour sur investissement des stratégies/tactiques; Être capable de démontrer la cohérence et l'efficacité du plan de communication marketing

#### Modalité d'enseignement

L'atteinte des objectifs spécifiques du cours repose sur des formules pédagogiques diversifiées, notamment l'utilisation de matériel audiovisuel intégré à la matière; des exposés du professeur et des étudiants; des présentations de différents thèmes et sujets d'actualité par des conférenciers (professionnels du milieu) et les étudiants; et un projet pratique en équipe s'étalant sur toute la session qui permettra à l'étudiant(e) de mettre en pratique les notions vues en classe.

Préalables académiques  
MKG3300 Marketing

#### ORH1163 Comportement organisationnel

Ce cours vise à introduire l'étudiant aux processus adaptatifs de l'employé dans son milieu de travail sous l'influence conjointe des variables propres aux individus, aux groupes et à l'organisation même et à son environnement socioéconomique. Conformément à cette perspective, l'étudiant développera une approche diagnostique et critique quant au contenu des thèmes suivants: une perspective historique du comportement organisationnel comme science du management, la personne, ses perceptions, ses valeurs, ses attitudes, ses apprentissages, sa motivation au travail, les processus relationnels et d'influence des groupes, notamment les effets de la diversité culturelle, ainsi que les répercussions de la structure et de la technologie des organisations sur les comportements, la performance et la satisfaction des employés. 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.

#### 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.

#### ORH3160 Leadership et supervision

Ce cours permet à l'étudiant de comprendre la problématique du leadership inhérente à la fonction supervision, de connaître et d'analyser le rôle et les responsabilités associées à cette fonction dans les organisations. Il s'attarde plus particulièrement à la relation supérieur-subordonné et à la gestion de la discipline. Il vise à développer chez l'étudiant les habiletés de communication et d'encadrement nécessaires dans ce domaine.

#### Préalables académiques

ORH1163 Comportement organisationnel

#### ORH5610 Gestion du changement

Ce cours sert à développer les habiletés de l'étudiant à intervenir et à gérer le changement dans les organisations en tant que systèmes sociotechniques. De plus, ce cours vise à le sensibiliser à la problématique du développement organisationnel et à lui permettre de se définir une praxéologie adéquate pour gérer le changement de façon efficace. Les principaux thèmes abordés seront l'étude du fonctionnement des organisations et des personnes qui y vivent, les techniques de changement planifié et de développement organisationnel, les phénomènes de résistance au changement. L'étudiant apprendra à utiliser un processus modèle de changement organisationnel. Il apprendra également à utiliser un modèle de diagnostic organisationnel complexe; à élaborer les étapes du changement à partir d'une méthodologie de détermination des changements; à connaître les étapes d'un processus d'évaluation d'un changement.

#### SCO1250 Introduction aux sciences comptables

Le cours a pour objet de présenter le rôle de l'information financière dans la prise de décisions économiques. Au terme de ce cours, l'étudiant sera capable de comprendre la nature de l'information financière préparée selon les Normes internationales d'information financière (IFRS) et les Normes comptables pour les entreprises à capital fermé (NCECF), de différencier les besoins des utilisateurs des rapports financiers, de sélectionner l'information pertinente selon le type de décisions économiques, d'évaluer les limites de l'information financière, de comprendre la terminologie utilisée, d'utiliser la littérature pour mieux saisir les problématiques financières et d'être conscient de l'importance de l'éthique dans l'exercice de la profession. Ce cours traite des principaux contenus suivants : - utilisateurs de l'information financière. Rôle et intervention des experts-comptables; - concepts fondamentaux des différents domaines liés aux sciences comptables; - nature et utilité de l'information financière; - analyse des opérations sur la base de l'équation comptable; - information financière portant sur les résultats, les flux de trésorerie, les ressources économiques et les sources de capitaux.

#### Modalité d'enseignement

Études de cas. Travail en équipe. Séances de laboratoires.

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 05/09/23, son contenu est sujet à changement sans préavis.

Version Automne 2023