

Certificat en gestion du tourisme

Téléphone : 514 987-3650
Courriel : cert.tourisme@uqam.ca
Site Web : esg.uqam.ca/programmes/certificat-en-gestion-du-tourisme/

| Code | Titre | Crédits |
|------|-----------------------------------|---------|
| 4734 | Certificat en gestion du tourisme | 30 |

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

PROTOCOLE D'ENTENTE

Programme offert conjointement, à distance et en ligne, avec la Télé-université (TÉLUQ).

OBJECTIFS

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

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

GRADE PAR CUMUL

L'étudiant est encouragé à considérer ce certificat comme une étape vers l'obtention du grade de bachelier. Dans cette perspective, les informations qui suivent permettent de mieux planifier le cheminement. L'étudiant devrait remplir le formulaire «Demande d'approbation d'un cheminement permettant l'octroi de grade de bachelier-ère par cumul de certificats» le plus tôt possible afin de bénéficier de l'encadrement adéquat. Le formulaire ainsi que les combinaisons de certificats acceptées sont disponibles à la réception du Vice-décanat aux études de l'École des sciences de la gestion.

1) Catégorie et grades accessibles

Ce certificat de catégorie B peut conduire au grade de bachelier en administration des affaires (B.A.A.) ou de bachelier ès sciences de la gestion (B.Sc.G.), selon certaines combinaisons prédéterminées.

2) Nombre minimal de crédits à l'UQAM

Au moins cinquante pour cent (50%) des crédits nécessaires à l'obtention du grade doivent avoir été réussis à l'UQAM.

3) Politique de la langue française

Tout étudiant aspirant au grade de bachelier doit satisfaire à la politique de la langue française de l'Université en passant le test approprié en français OU en réussissant le cours LIN1002 Connaissances de base

en grammaire du français écrit (hors programme) (ou l'équivalent).

4) Exigence linguistique en anglais

Tous les étudiants d'un programme menant au grade de B.A.A. ou de B.Sc.G. doivent attester de leur maîtrise de la langue anglaise au niveau intermédiaire II de l'École de langues de l'UQAM ou l'équivalent. Cette exigence linguistique en anglais peut être satisfaite par la réussite d'un test au niveau intermédiaire II au Centre d'évaluation des compétences linguistiques (CECL) de l'École de langues ou l'équivalent ou par la réussite d'un ou de plusieurs cours d'anglais donnés à l'UQAM ou l'équivalent jusqu'au niveau intermédiaire II. Les étudiants sont invités à satisfaire à cette exigence dès leur première inscription au baccalauréat.

5) Champs de connaissances à couvrir

Les champs de connaissances suivants doivent nécessairement avoir été couverts au terme des certificats présentés à l'appui de la demande de grade de bachelier en administration des affaires (B.A.A.) :

- Comportement organisationnel
- Comptabilité
- Droit des affaires
- Éthique des affaires; responsabilité sociale des entreprises; développement durable (1)
- Finance
- Gestion des opérations
- Informatique; systèmes d'information; technologie
- Macroéconomie
- Marketing
- Microéconomie
- Ressources humaines
- Statistiques
- Théorie des organisations.

(1) : L'obligation de couvrir ce champ de connaissance s'ajoute pour les étudiants qui s'inscrivent à leur 1er certificat à compter du trimestre d'hiver 2008.

6) Activité de synthèse

Le cheminement pour l'obtention du grade de B.A.A. doit aussi comporter une activité de synthèse.

7) Recommandation

L'étudiant devrait consulter l'annexe 1 du Règlement des études de 1er cycle (#5) pour vérifier si d'autres conditions s'appliquent pour

l'obtention du grade visé ou téléphoner à l'assistante à la gestion de programmes au 514 987-8546.

CONDITIONS D'ADMISSION

L'admission et l'inscription des étudiants sont prises en charge par la TÉLUQ.

Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission aux trimestres d'automne et d'hiver.

Connaissance du français

La maîtrise du français devra être attestée par l'une ou l'autre des épreuves suivantes : l'épreuve uniforme de français exigée pour l'obtention d'un DEC, le test de français écrit du MELS ou de l'UQAM ou de la TÉLUQ ou l'équivalent. Sont exemptées de ce test les personnes détenant un grade universitaire d'une université francophone.

Base DEC

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

Base expérience

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

Base études universitaires

Au moment du dépôt de la demande d'admission, avoir réussi au moins cinq cours (quinze crédits) de niveau universitaire dans une université québécoise, d'une autre province ou d'un autre pays. Une moyenne académique minimale peut être exigée.

Base études hors Québec

Au moment du dépôt de la demande d'admission, être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec, après au moins treize années de scolarité ou l'équivalent, ou selon les ententes conclues avec le gouvernement du Québec. Une moyenne académique minimale peut être exigée.

Régime et durée des études

Le programme peut être suivi à temps partiel seulement.

La durée normale des études se mesure à partir de l'inscription qui suit la dernière admission au programme :

La durée normale pour terminer un certificat est d'au plus cinq années. L'étudiant qui ne satisfait pas aux exigences de son programme à l'intérieur de la durée normale mentionnée au paragraphe précédent est considéré exclu de son programme. Toutefois, il conserve le droit de présenter une nouvelle demande d'admission.

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 neuf cours suivants (27 crédits):

ADM1002 Initiation à la gestion
 EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques
 EUT4138 Gestion des événements et congrès
 EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme
 EUT5045 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières
 EUT5106 Environnements politiques et administratifs du tourisme
 EUT5109 Tourisme urbain
 EUT5110 Écotourisme et espaces naturels
 MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

Un cours choisi parmi les suivants (3 crédits):

ADM2114 Se lancer en affaires
 DRT1060 Droit des affaires
 SCO1205 Initiation à la comptabilité financière
 La plupart des cours de ce programme exigent l'accès à un ordinateur

et à Internet.

*Dans ce programme les cours suivants sont équivalents :

ADM1002 (TÉLUQ) et MET2100 (UQAM) ;

DRT1060 (TÉLUQ) et JUR1031 (UQAM) ;

SCO1205 (TÉLUQ) et SCO1250 (UQAM).

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

Cheminement

L'étudiant qui s'inscrit au programme doit d'abord suivre le cours EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques qui est préalable à EUT4138 Gestion des événements et congrès, EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme et EUT5106 Environnements politiques et administratifs du tourisme.

Le cours ADM1002 Initiation à la gestion est également préalable à EUT4138 Gestion des événements et congrès.

Le cours MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie est préalable à EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme.

Le cours EUT5045 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières doit être suivi à la fin du programme.

DESCRIPTION DES COURS

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme

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

EUT4138 Gestion des événements et congrès

Les objectifs de ce cours sont les suivants: permettre une compréhension de la dynamique qui caractérise le secteur des événements, des foires et des congrès; situer l'importance économique et stratégique de ce secteur au sein de l'industrie touristique; connaître et identifier le rôle des principaux acteurs; analyser les fonctions et les activités mises en oeuvre; faciliter chez l'étudiant l'utilisation des outils essentiels pour lui permettre de planifier et gérer de telles activités. Ce cours définit les concepts d'événements, de foires, de congrès et de voyages de stimulation en s'attardant aux caractéristiques propres à chacun. Il situe leur importance dans l'industrie touristique et identifie les principaux acteurs à l'échelle internationale, nationale et régionale. À travers des situations de gestion et de prises de décision, les étapes essentielles à la réalisation, à l'implantation et au contrôle sont abordées de même que le rôle et les tâches des gestionnaires-organisateurs. Cette démarche comprend entre autres l'analyse des thèmes suivants: les caractéristiques de l'offre et la demande, les

relations entre les intervenants (concurrents, alliés, fournisseurs), la logistique et les opérations types de chacune des activités dont celles d'un centre de congrès ainsi que la prospection des marchés et la recherche de clients. Compréhension et utilisation des techniques et outils de la gestion de projets; échéancier critique et utilité de logiciels; évaluation des progrès.

Préalables académiques

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

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

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

Préalables académiques

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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.

EUT5106 Environnements politiques et administratifs du tourisme

Ce cours vise à sensibiliser l'étudiant aux différents environnements politiques et administratifs avec lesquels doit composer l'entreprise touristique. Il propose, en fonction de l'actualité touristique, d'analyser le rôle de l'État dans le secteur du tourisme, son intervention, ses fonctions et d'expliquer, dans une perspective évolutive, l'organisation et le fonctionnement de divers organismes publics du secteur

touristique (principalement au Québec et au niveau fédéral). Ce cours vise aussi à comprendre l'environnement régional et local au Québec et certains enjeux de développement régional concernant le tourisme. Il a comme objectif d'analyser les intérêts sous-jacents à l'action et à l'intervention des acteurs touristiques, principalement des associations d'intérêt, et d'évaluer l'impact de certaines politiques et de certaines lois sur le développement du tourisme. Le rôle, les modes d'intervention et d'organisation des États et des pouvoirs publics dans le secteur du tourisme. L'impact sur le développement du tourisme de certaines politiques et de certaines lois. La décentralisation sur le plan régional et ses conséquences au niveau touristique. Les champs de compétences et le fonctionnement des instances québécoises que sont les municipalités, les municipalités régionales de comté, les conférences régionales des élus, les centres locaux de développement, les associations touristiques régionales, les offices de tourisme. Le rôle et l'influence des associations d'intérêt du secteur touristique sur le système politique au Québec et au niveau fédéral. Quelques comparaisons avec les environnements politiques et administratifs d'autres pays.

Préalables académiques

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme

EUT5109 Tourisme urbain

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

Modalité d'enseignement

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

EUT5120 Tourisme de nature et d'aventures

Ce cours vise, d'une part, à développer chez l'étudiant un esprit critique sur le phénomène du tourisme en milieux naturels et sur ses pratiques, tant au Québec qu'à l'étranger. Cette démarche nécessite, d'autre part, de comprendre l'historique des rapports entre l'humain et la nature. Le cours permet aussi à l'étudiant d'analyser les problématiques et enjeux associés à la gestion du phénomène touristique en milieux naturels, impliquant des communautés autochtones et allochtones, la faune et la flore. Ce cours aborde aussi les questions liées au développement des infrastructures spécifiques et les techniques de mise en valeur et de gestion des espaces naturels. Le cours comprend la présentation de situations concrètes tirées de différentes zones géographiques et climatiques et fait l'étude des outils de gestion et de leur application dans le contexte du développement durable.

JUR1031 Introduction au droit des affaires

Cours d'introduction visant l'étude des aspects juridiques liés à l'exploitation d'une entreprise: les principales formes juridiques d'entreprise à but lucratif (entreprise individuelle, société, compagnie) et sans but lucratif (association, coopérative, corporation); la dénomination sociale de l'entreprise; le financement de l'entreprise; la vente d'une entreprise ainsi que l'insolvabilité et la faillite d'une entreprise. 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.

MET2150 Management

Objectifs

Comment penser une entreprise pérenne? Il faut penser son management. Le management est à la fois l'administration des choses et le gouvernement des hommes. Ce n'est pas que techniques et recettes de gestion: c'est un métier, un champ de connaissances, et une pratique porteuse d'une idéologie. Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure : De situer le management dans son contexte global, d'en définir le rôle et d'en mesurer l'impact sociétal; De se constituer

une culture générale du management et de ses ancrages historiques, économiques et philosophiques; De raisonner sur son environnement en manager intelligent et responsable ainsi que sur les outils utilisés en management, en abordant la complexité du système qu'est l'organisation; De s'interroger sur les « pourquoi » des « comment » du management, pour sortir du seul rôle de technicien de gestion, utilisateur d'outils, et se forger une compétence d'analyste.

Sommaire du contenu

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

Modalité d'enseignement

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

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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

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 01/06/15, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2015