

Cheminement DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion des organisations et des destinations touristiques

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

Code	Titre	Grade	Crédits
7588	DEC/Bacc en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, conc. gestion des organisations et des destinations touristiques	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7423	Cheminement Honor	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme contingenté
Campus	Campus de Montréal

PROTOCOLE D'ENTENTE

Il s'agit des Techniques de tourisme de l'ITHQ ou de ses partenaires, et de la concentration gestion des organisations et des destinations touristiques du baccalauréat en gestion de tourisme et de l'hôtellerie, du programme de l'ESG UQAM offert 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 des organisations et des destinations touristiques prépare l'étudiant à occuper un poste de direction au sein d'organismes œuvrant dans le développement ou la gestion des destinations touristique soit au niveau privé, associatif ou gouvernemental. L'étude des différentes formes de tourisme se fera sous l'angle du développement d'expériences de services touristiques, en plus du développement des clientèles en fonction des territoires où prennent place ces activités touristiques. L'étudiant pourra ainsi évaluer les composantes touristiques d'une destination afin d'intervenir dans la création et la gestion de l'offre touristique à l'échelle locale ou internationale.

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 terminé la deuxième année (4 trimestres) des Techniques de tourisme de l'ITHQ ou 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 DEC/Baccalauréat, mais pourrait être transféré au programme régulier 7307 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 MAT2082 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.

Note : Reconnaissance d'acquis des cours EUT5020; ORH1600; SCO1250; MGT2150; AOT4275; MKG3315; MKG5315; EUT1123; EUT4138; MKG5323 à l'obtention du DEC qui n'ont pas à être suivis parmi les cours universitaires (30 crédits).

Les douze cours de tronc commun (36 crédits) :

ECO2045 Dimensions économiques du tourisme
EUT5020 Droit du tourisme
FIN3500 Gestion financière
MAT2082 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
DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises
ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises

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

Dix cours choisis comme suit (30 crédits) :

Les quatre cours suivants (12 crédits) :

EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme
EUT5106 Environnements politiques et administratifs du tourisme
EUT5108 Tourisme et aménagement
MKG5315 Positionnement et mise en valeur des destinations et expériences touristiques

Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :

EUT4138 Gestion des événements et congrès
EUT500X Cours hors Québec en études urbaines et touristiques (3 à 12 crédits)
EUT5109 Tourisme urbain
EUT5111 Patrimoine touristique
EUT5120 Tourisme de nature et d'aventures
EUT5507 Tourisme et loisirs gourmands
EUT560X Séminaire thématique en tourisme
GEO4500 Territoires touristiques
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 directeur/directrice ou du coordonnateur/coordonnatrice du programme :

EUT5201 Stage en gestion des organisations et des destinations touristiques
EUT5202 Stage hors-Québec en gestion des organisations et des destinations touristiques
EUT6801 Création d'entreprise en tourisme
EUT6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en tourisme

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» :

DSR4701 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.)
MGT3123 Gestion de la 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, 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, il faut avoir réussi 60 crédits du programme.
- Cours «Stage» EUT5201 Stage en gestion des organisations et des destinations touristiques : 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).

Cheminement Honor

Le cheminement Honor est réservé aux étudiants de la concentration en gestion des organisations et des destinations touristiques. Seuls les cours de la maîtrise en développement du tourisme peuvent faire l'objet de ce cheminement. Le cheminement Honor est réservé aux étudiants de la concentration en gestion des organisations et des destinations touristiques. Seuls les cours de la maîtrise en développement du tourisme peuvent faire l'objet de ce cheminement.

Le cheminement Honor est un cheminement particulier qui permet à un étudiant d'inclure un total de neuf crédits d'activités (cours) de niveau deuxième cycle dans son programme de baccalauréat. Ces cours serviront à diplômer l'étudiant au baccalauréat. Subséquemment, ces cours pourront faire l'objet d'une reconnaissance d'acquis dans la maîtrise visée.

Pour accéder au cheminement Honor, l'étudiant doit :

- 1) Avoir complété ou être à compléter au moins 60 crédits dans un baccalauréat de 90 crédits de l'ESG avec une moyenne cumulative égale ou supérieure à 3,5 sur 4,3.
- 2) Obtenir l'autorisation de la direction du programme de premier cycle pour un transfert vers le cheminement Honor.
- 3) Obtenir l'autorisation de la direction du programme de [Maîtrise en développement du tourisme](#) pour s'inscrire aux cours souhaités.

Tous les cours du programme de la maîtrise en développement du tourisme sont autorisés dans le cadre du cheminement Honor sauf les suivants :

MDT8001 Épistémologie des études touristiques
MDT8311 Gestion de projets touristiques
MDT8601 Méthodologie de recherche appliquée en tourisme
MDT8914 Projet de stage d'intervention de recherche appliquée en tourisme

MDT8915 Stage d'intervention de recherche appliquée en tourisme
MDT8916 Rapport de stage d'intervention de recherche appliquée en tourisme
MDT8921 Projet de mémoire

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.

DSR2011 Responsabilité sociale des entreprises

Objectifs

Ce cours vise à ce que les personnes étudiantes développent une compréhension de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et plus largement des organisations (RSO). L'objectif est double : (i) développer une compréhension nuancée de la RSO et des concepts connexes (ii) habiliter les personnes étudiantes à devenir des gestionnaires responsables et éclairés, de même que des citoyennes et citoyens engagés. En mettant l'accent sur les débats de sociétés contemporains et les exemples historiques, ce cours favorisera une compréhension de la manière dont la responsabilité sociale s'entrelace avec les enjeux de la durabilité, l'éthique des affaires, la prise de décisions stratégiques, la politique et les transformations de société.

Sommaire du contenu

La responsabilité sociale des entreprises (RSE) ou responsabilité sociale des organisations (RSO) est devenue un pilier incontournable pour toute organisation qui aspire à la pérennité. La réussite et la légitimité des entreprises sont jugées non seulement sur leur performance économique mais également sur leur impact social et environnemental tant au niveau local qu'à l'international. Les gestionnaires se trouvent ainsi au carrefour de défis complexes, devant conjuguer des impératifs économiques avec des considérations sociales, politiques, juridiques, environnementales, culturelles et éthiques sur la scène locale, nationale et internationale. Le cours aborde de nombreuses dimensions de la RSO, y inclus les enjeux environnementaux, de gouvernance, de vie au travail et d'inclusion, de relations avec les parties prenantes et l'ancrage avec les communautés, de contribution à l'économie générale. Divers outils et notions issus de différentes disciplines sont mis à profit pour mieux analyser les situations, notamment ceux-ci : externalité, légitimité, normes et certifications sociales et environnementales, diagnostics de performance sociale et environnementale, analyse de cycle de vie, finance responsable, équité fiscale.

DSR4701 GESTION INTERNATIONALE ET CULTURES

Objectifs

L'objectif 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 et favoriser l'adoption d'une perspective réflexive et critique. 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 faire 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. Plus spécifiquement, ce cours vise à développer chez l'étudiant des compétences reliées à la gestion dans un contexte national et international de façon qu'il soit capable de : 1- Définir clairement le concept de « culture » et intégrer les dimensions technologiques, sociologiques, politiques, idéologiques, religieuses et historiques ; 2- Comprendre la diversité et la complexité des cultures et les tensions et le potentiel qui émergent des relations interculturelles; 3- Rendre compte de l'ancrage culturel et identitaire des pratiques managériales; 4- Mieux diagnostiquer et mieux gérer les défis culturels dans la vie personnelle et professionnelle; 5- S'ouvrir aux différentes pratiques managériales du monde et comprendre les impératifs

organisationnels et stratégiques relatifs à chaque contexte culturel;
6- Développer sa croissance personnelle à travers une réflexion et une introspection sur soi, son identité et le comportement social et organisationnel.

Sommaire du contenu

Dans un contexte d'internationalisation des entreprises, de développement de la mobilité internationale et de nouvelles générations connectées et qui se définissent comme « citoyennes du monde », il devient de plus en plus important de connaître et de maîtriser les principes de la gestion internationale et de la gestion interculturelle. Ce cours vise donc à amener l'étudiant à comprendre la culture à différents niveaux : 1/niveau anthropologique (civilisations/ culture nationale/ régionale/ sous cultures), 2/ niveau organisationnel (culture organisationnelle), et 3/ niveau écosystémique (culture du réseau /industrie locale et globale). 75 Le cours a été structuré autour de ces trois volets successifs et interreliés. En effet, la culture au niveau individuel impacte et est impactée par les cultures au niveau organisationnel et au niveau réseau d'affaires. A. La culture au niveau individuel: définition de la culture, dimensions de la culture, paradigme philosophique (opposition entre culture et nature), paradigme anthropologique (individu ancré dans un milieu), paradigme sociologique (l'individu fait évoluer son milieu), etc. Les notions couvertes incluent : le racisme primaire et secondaire, le barbarisme, les malentendus interculturels, l'éthique, la morale, la logique d'honneur, la logique contractuelle, la logique consensuelle, les dimensions culturelles. Et bien d'autres tels que les trois modèles d'intégration nationaux : Assimilation/ Tolérance/ intégration multiculturelle versus interculturelle. B. La culture au niveau organisationnel : culture de l'organisation; la psychologie organisationnelle : structure/culture/individus; l'éthique d'entreprise et la gestion de la diversité dans les organisations. C. La culture au niveau du réseau ou de l'écosystème : les thèmes abordés sont : les réseaux internationaux, les écosystèmes virtuels, les alliances, et la négociation internationale. Dans ce cours, la multidisciplinarité est abordée comme un incontournable épistémologique pour embrasser la complexité des relations interculturelles. Au fil des séances, les étudiants apprécieront combien les particularismes culturels et identitaires sont déterminants dans les conceptions de stratégies managériales.

Modalité d'enseignement

Cours alliant les exposés magistraux, mais également les ateliers. Des journées pourraient être prévues : matinée magistrale et après midi atelier. Présentiel ou hybride.

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; MAT2082 Méthodes statistiques

EUT4138 Gestion des événements et congrès

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

Préalables académiques

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

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

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

Préalables académiques

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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.

EUT500X Cours hors Québec en études urbaines et touristiques (3 à 12 crédits)

Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de l'ÉSG 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, ateliers ou séminaires) dans les domaines des études urbaines, de l'urbanisme et des études touristiques qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

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

Préalables académiques
Selon le sujet.

EUT502 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

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

EUT5108 Tourisme et aménagement

Ce cours vise à sensibiliser les gestionnaires en tourisme et hôtellerie aux différentes facettes de l'aménagement et de l'urbanisme et aux

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

Modalité d'enseignement

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

Préalables académiques

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme

EUT5109 Tourisme urbain

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

Modalité d'enseignement

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

EUT5111 Patrimoine touristique

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

Modalité d'enseignement

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

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'histoire 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.

EUT5201 Stage en gestion des organisations et des destinations touristiques

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 tourisme. 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 touristique. 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 du tourisme au Québec: entreprises touristiques privées à but lucratif, entreprises de l'économie sociale, associations, organismes publics et para-publics, etc. 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'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 professeur ou d'un chargé de cours.

Conditions d'accès

Attester d'une expérience de travail ou de stage d'au moins 400 heures dans le domaine du tourisme; 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).

EUT5202 Stage hors-Québec en gestion des organisations et des destinations touristiques

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 tourisme. 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 touristique. 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 du tourisme à l'extérieur du Québec et à l'international : entreprises touristiques privées à but lucratif, entreprises de l'économie sociale, associations, organismes publics et para-publics, etc. 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'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 professeur ou d'un chargé de cours.

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 de 400 heures dans le domaine du tourisme; 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).

EUT5507 Tourisme et loisirs gourmands

Objectifs

L'objectif de ce cours est de donner une vision intégrée d'éléments actuellement très disparates qu'on retrouve sous des termes tels que le tourisme culinaire, le tourisme gastronomique, l'agrotourisme et ainsi de constituer une vision et des modes d'action unifiés.

Sommaire du contenu

Remontant aux origines du tourisme, il s'agira de retracer la place de la gourmandise dans le développement touristique et son essor comme motif principal d'une nouvelle mobilité et de nouveaux services. Dans cette perspective, les principales réalisations du tourisme gourmand seront analysées: du guide touristique aux festivals en passant par la restauration ou les circuits touristiques pour n'en citer que quelques-unes. Le cours insistera sur l'intérêt de développer et promouvoir le tourisme gourmand de manière mieux articulée et de créer de nouvelles manières de travailler en réseau. Les expériences et les modes d'organisation du tourisme gourmand au Canada et ailleurs dans le monde seront examinés tout comme l'intérêt de construire une identité culinaire propre et forte pour le Québec.

Modalité d'enseignement

Le cours prévoit une sortie sur le terrain.

EUT560X Séminaire thématique en tourisme

Ce séminaire, à contenu variable, porte sur un thème, un secteur, un enjeu d'actualité ou le développement d'offre spécifique dans le domaine du tourisme. Il vise à familiariser l'étudiant avec les dimensions administratives, économiques, commerciales, culturelles ou sociales du sujet abordé et à approfondir les incidences des enjeux considérés pour le développement et la gestion d'une destination touristique. Au terme du séminaire, l'étudiant sera en mesure d'avoir une lecture critique des enjeux soulevés dans le domaine du tourisme par les circonstances de l'actualité et de maîtriser davantage les composantes touristiques d'une destination afin d'intervenir dans la création et la gestion de l'offre touristique à l'échelle locale ou internationale.

Conditions d'accès

Minimum de 45 crédits.

EUT6801 Création d'entreprise en tourisme

Cette activité terminale vise à permettre à l'étudiant de réaliser une étude de faisabilité d'une entreprise touristique 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 du tourisme; 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

EUT6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en tourisme

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 du tourisme. 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 de ce 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 du tourisme; 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

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.

GEO4500 Territoires touristiques

Objectifs

L'objectif général de ce cours est de développer une lecture géographique du phénomène touristique, en analysant le rôle de l'espace et du territoire dans l'élaboration du paysage touristique.

Sommaire du contenu

Les étudiants auront à mettre en contexte le champ culturel et identitaire des espaces touristiques et à développer une lecture critique du tourisme de masse. Le cours questionne les possibilités de déjouer les contraintes liées à l'environnement ou aux sociétés et permet de diagnostiquer les éléments favorables à l'élaboration d'un tourisme durable. La réflexion proposée traite le phénomène touristique en s'appuyant sur le local pour envisager le global. Les conditions de création et de mise en valeur des attraits touristiques sont définies, en insistant sur la compréhension des potentiels touristiques des lieux et l'évaluation des impacts de leur exploitation. Les travaux pratiques portent sur des dossiers d'actualité et sur l'analyse de problématiques touristiques spécifiques.

Modalité d'enseignement

Salle multimédia. Conférenciers invités. Sorties sur le terrain.

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.).

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 les traits de personnalités, les réactions émotives, la satisfaction, l'insatisfaction et la récupération de service seront traités.

Préalables académiques

ORH1163 Comportement organisationnel

MAT2082 Méthodes statistiques

Objectifs

L'objectif de ce cours est d'initier les personnes étudiantes à l'analyse de données en sciences de la gestion. À l'aide de mises en situation provenant de divers domaines pertinents (administration, finance, économie, ressources humaines, marketing, tourisme et hôtellerie, design de la mode, etc.), les principales méthodes statistiques utilisées en sciences de la gestion sont présentées en mettant l'accent sur la compréhension des principes statistiques fondamentaux et l'interprétation des résultats.

Sommaire du contenu

Le cours couvre les thèmes suivants : statistique descriptive, distributions conjointes, probabilités et variables aléatoires, lois discrètes, lois continues, échantillonnage et estimation par intervalle de confiance de paramètres (moyenne, total, proportion, effectif et quotient), détermination de la taille de l'échantillon, autres modes d'échantillonnage (échantillonnages stratifié, par grappes et systématique), tests du khi-deux (tests d'ajustement et d'indépendance), régression linéaire simple (corrélation, droite des moindres carrés, intervalle de confiance et

Modalité d'enseignement

La présentation des diverses méthodes statistiques se fera sous la forme d'exposés magistraux. Ce cours comporte une séance de travaux

pratiques (TP) de deux heures par semaine.

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.

MGT3123 Gestion de la PME

Objectifs

Objectifs principaux du cours (basés sur les 3 E) et les objectifs spécifiques qui s'y rattachent : 1- Comprendre le monde entrepreneurial (Entrepreneur 1/3 du cours) : Identifier et comprendre les différences existantes entre entrepreneur, gestionnaire et technicien; Évaluer son potentiel entrepreneurial et développer ses habiletés à voir des opportunités; Saisir le processus d'opportunités, idée d'affaires et développer sa manière d'entreprendre. 2- Acquérir les principes de base de la gestion d'une PME dans son ensemble (Entreprise 1/3 du cours) : Maîtriser les principes de base des différentes fonctions de l'entreprise (ressources humaines, marketing, comptabilité, finance, gestion des opérations, stratégie) en contexte PME; Comprendre le processus de gestion d'une PME dans son ensemble; S'être doté d'un coffre d'outils pratique en management. 3- Connaître l'environnement complexe dans lequel opère une PME (Environnement 1/3 du cours) Reconnaître les symptômes des principaux problèmes auxquels peuvent faire face les PME; Faire une analyse diagnostic de

l'environnement d'une PME et trouver des solutions adaptées à leurs conditions et à leurs ressources; Appliquer vos connaissances apprises à une situation réelle. Compétences transversales que le cours vise à développer : Esprit de synthèse;Analyse impartiale;Contribution significative au travail d'équipe;Évaluation des pairs;Présentation orale.

Sommaire du contenu

Le cours de gestion de la petite et moyenne entreprise propose une formation générale qui a pour objectif d'initier l'étudiant au contexte de la gestion d'une PME. On y voit les multiples formes de l'entrepreneuriat, ce qu'est un entrepreneur et une PME, mais aussi comment savoir adapter la gestion et les spécificités de ses différentes fonctions de l'entreprise qui diffèrent souvent de la grande entreprise. Une simulation en gestion d'entreprise initiera l'étudiant au contexte réel de la gestion d'une PME. Ce cours s'adresse aux personnes désirant se lancer en affaires ou travailler dans ce type d'organisation qui représente 97,9% des entreprises canadiennes.

Modalité d'enseignement

Cours donné en formule hybride ou à distance qui utilise des pédagogies actives.

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. Prédispositions: 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

MKG5315 Positionnement et mise en valeur des destinations et expériences touristiques

Ce cours vise à développer chez les étudiants la compréhension des éléments stratégiques de positionnement, design et de mise en valeur commerciale des destinations et offres de service touristiques. A la fin de ce cours, les étudiants seront en mesure de faire le lien entre les modèles d'offres de services touristiques proposés par l'enseignant, la littérature et toute situation réelle. Les participants à ce cours seront en mesure de positionner, construire et gérer la marque d'une destination, d'un site ou d'une attraction touristique dans un environnement concurrentiel. De plus, les étudiants apprendront à implanter par des plans d'actions une culture de destination résolument orientée vers la gestion d'expériences mémorables pour les touristes et les employés en contact avec ces derniers. Le cours est présenté en 4 parties soit: - la présentation du cadre stratégique et enjeux du positionnement et de la gestion de l'offre touristique; - la maîtrise du processus de design de l'offre expérientielle des destinations touristiques; - les stratégies d'implantation d'une culture client auprès des acteurs des destinations; - un séminaire pratique de design ou repositionnement d'une destination.

Modalité d'enseignement

Cours magistraux, séminaire d'application pratique de positionnement concurrentiel et de design d'une expérience touristique.

Préalables académiques

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'acquérir 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
- Acquérir 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 ou MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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;
- l'identification et l'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 05/02/25, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2025