

## Programme court de premier cycle en gestion du tourisme

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

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

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

### PROTOCOLE D'ENTENTE

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

### OBJECTIFS

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

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

### CONDITIONS D'ADMISSION

L'admission et l'inscription des étudiants sont prises en charge par la [TÉLUQ](#).

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

Admission aux trimestres d'automne et d'hiver.

#### Connaissance du français

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

#### Base DEC

Aucune admission sur cette base.

#### Base expérience

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

#### Base études universitaires

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

#### Base études hors Québec

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

#### Régime et durée des études

Le programme peut être suivi à temps partiel seulement.

### COURS À SUIVRE

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

#### Les cinq cours suivants (15 crédits) :

ADM1002 Initiation à la gestion  
EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques  
EUT4138 Gestion des événements et congrès  
EUT4140 Technologie, distribution et transports  
EUT5104 Environnements administratifs et politiques du tourisme

### RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

#### Préalables requis dans ce programme

EUT4138 Gestion des événements et congrès Les préalables sont : ADM1002 Initiation à la gestion; EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques

EUT4140 Technologie, distribution et transports Le préalable est : EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques

EUT5104 Environnements administratifs et politiques du tourisme Le préalable est : EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques

#### Cheminement

L'étudiant qui s'inscrit au programme devra d'abord suivre le cours EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques qui est préalable à EUT4138 Gestion des événements et congrès, EUT4140 Technologie,

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

#### Durée du programme

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

La durée normale pour terminer un programme court est de neuf trimestres consécutifs.

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

## DESCRIPTION DES COURS

### EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme

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

### EUT4138 Gestion des événements et congrès

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

#### Préalables académiques

MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

### MGT2150 Management

#### Objectifs

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

#### Sommaire du contenu

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

#### Modalité d'enseignement

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

### MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

Ce cours a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de base du marketing du tourisme et de l'hôtellerie. La place du marketing dans l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie. La notion de marketing; la gestion des échanges. Les spécificités du marketing de services touristiques. Le comportement d'achat et la recherche marketing en tourisme. La gestion des services:

qualité/service à la clientèle. Le prix et la fixation des prix. La distribution physique et le rôle des intermédiaires. La communication personnelle et impersonnelle.

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.  
Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 28/04/09, son contenu est sujet à changement sans préavis.  
Version Hiver 2013