

Programme court de deuxième cycle en gestion et planification du tourisme

Téléphone : 514 987-4750
Courriel : mtourisme@uqam.ca
Site Web : www.macum.esg.uqam.ca/programmes-reconnus/prog-courts/developpement-du-tourisme.html

Code	Titre	Grade	Crédits
0335	Programme court de deuxième cycle en gestion et planification du tourisme	Attestation d'études, Att.	9

Contingent	Programme contingenté
Campus	Campus de Montréal

OBJECTIFS

Le programme cible la gestion et la planification du tourisme et vise à permettre aux étudiants d'acquérir une approche, une vision du tourisme qui soit globale, cohérente et opérationnelle. Il permet l'acquisition d'un corpus cohérent de connaissances et d'habiletés dans des domaines institutionnel, socioculturel, économique ainsi que dans des champs d'application prioritaires tels le marketing, la gestion des ressources humaines et la gestion stratégique des services touristiques. Ce programme s'adresse particulièrement aux intervenants professionnels, gestionnaires ou développeurs qui oeuvrent au soutien et à la promotion d'activités et de services touristiques dans un contexte plus général d'aménagement du territoire, de développement local ou régional, de développement communautaire, d'interventions environnementales, culturelles ou autres.

CONDITIONS D'ADMISSION

Les candidat doit détenir un diplôme de premier cycle d'une université reconnue ou un diplôme jugé équivalent, obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 sur 4,3 ou l'équivalent. Tout dossier de candidature avec une moyenne inférieure à 3,2 mais supérieure à 2,8 sur 4,3 sera étudié par le sous-comité d'admission et d'évaluation du programme et pourrait, dans certains cas, faire l'objet d'une recommandation d'admission. De plus, le candidat doit avoir une expérience de travail jugée pertinente d'au moins deux ans. Les diplômés des programmes de premier cycle en gestion du tourisme et de l'hôtellerie peuvent présenter leur candidature sur la base de leurs réalisations en tourisme même si leur expérience de travail jugée pertinente n'atteint pas deux ans. Leur dossier de candidature sera étudié par le sous-comité d'admission et d'évaluation du programme et pourrait, dans certains cas, faire l'objet d'une recommandation d'admission. Exceptionnellement, le candidat qui ne détient pas de diplôme de premier cycle doit posséder les aptitudes, la formation de base et une expérience pratique d'au moins cinq ans comme professionnel ou gestionnaire dans une organisation touristique. Le candidat qui ne possède pas la formation scolaire de base pourrait être obligé de suivre des cours préparatoires.

Tout dossier de candidature présenté sur la base de l'expérience pratique sera étudié par le sous-comité d'admission et d'évaluation du programme et pourrait, dans certains cas, faire l'objet d'une recommandation d'admission.

Le candidat doit soumettre deux lettres de référence et il doit se présenter à une entrevue si la direction du programme ou le sous-comité d'admission l'exige.

Capacité d'accueil

Le programme est contingenté à 25 étudiants par année.

Connaissance du français

Tous les étudiants doivent avoir une connaissance satisfaisante du français écrit et parlé. La politique de la langue française de l'Université définit les exigences à respecter à ce sujet.

Connaissance de l'anglais

Tous les candidats doivent avoir une maîtrise suffisante de l'anglais pour lire et comprendre les textes en langue anglaise utilisés dans les cours et dans les séminaires.

Connaissance en mathématiques

Le candidat dont les connaissances en méthodes quantitatives sont jugées insuffisantes devra réussir, avant d'entreprendre le premier trimestre, le cours d'appoint MBA8411 Statistiques et théorie de la décision, ou un cours équivalent.

Régime et durée des études

Temps partiel : deux ans

COURS À SUIVRE

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

quatre activités parmi les suivantes (12 crédits) :

EUT7100 Cadre institutionnel du tourisme
 EUT7101 Dimensions sociales et culturelles du tourisme
 EUT7102 Aspects économiques du tourisme
 MBA8416 Marketing
 MBA8418 Gestion des ressources humaines

l'activité obligatoire suivante (3 crédits) :

MBA8800 Gestion stratégique des services touristiques

Passerelles

Les cours complétés dans le cadre de ce programme court sont créditaibles au DESS et à la maîtrise en gestion et planification du tourisme.

FRAIS

Pour les fins d'inscription et de paiement des frais de scolarité, ce programme est rangé dans la classe A.

PASSERELLES

Les cours complétés dans le cadre de ce programme court sont créditaibles au DESS et à la maîtrise en gestion et planification du tourisme.

DESCRIPTION DES COURS

EUT7100 Cadre institutionnel du tourisme

Ce cours vise à comprendre le contexte sociopolitique dans lequel s'inscrit le développement touristique. Rappel des rôles assumés par les États modernes dans les sociétés occidentales ainsi que des principaux modes d'organisation et structures d'intervention des États. Connaissance du cadre juridique et politique de l'aménagement du territoire et du développement des communautés locales et régionales. Dans le domaine du tourisme, analyse des rôles et structures d'intervention des divers niveaux de gouvernement. Étude de certains concepts pour bien saisir l'intervention des gouvernements supérieurs et leurs rapports avec les gouvernements inférieurs et la population (centralisation, décentralisation, concentration, déconcentration, consultation, réglementation, privatisation, etc.). Évaluation du rôle des associations d'intérêt dans l'élaboration des politiques touristiques.

EUT7101 Dimensions sociales et culturelles du tourisme

Le cours vise à exploiter les contributions des sciences humaines et sociales à l'analyse et à la compréhension des phénomènes touristiques. L'expérience touristique est faite d'interactions nombreuses et variées entre les visiteurs et les visités. Les fonctions d'hôte sont exigeantes surtout quand il existe de grands écarts entre les sociétés émettrices et réceptrices de touristes. Le patrimoine, les arts, les modes de vie et la culture dans son ensemble sont des réalités de plus en plus recherchées par les visiteurs mais aussi des plus difficiles à rendre accessibles à des étrangers. Le tourisme culturel est souvent une épreuve d'identité pour le milieu qui reçoit. Comment le tourisme peut-il devenir un champ de développement culturel pour les visités comme pour les visiteurs? Cette question sera le thème central du cours.

EUT7102 Aspects économiques du tourisme

Ce cours étudie les principaux aspects économiques du tourisme en relation avec ses dimensions sociologiques et politiques. Par une relecture des principaux auteurs en ce domaine et à l'aide d'études de cas, ce cours se propose d'analyser la place de l'économie dans le développement touristique. On insistera aussi sur le rôle particulier que joue le tourisme dans l'organisation économique de certains pays. Des méthodes d'analyse pluridisciplinaire seront abordées et adaptées au contexte spécifique du tourisme.

MBA8416 Marketing

Ce cours vise à faire connaître à l'étudiant l'essence du marketing, soit le mécanisme d'échange et la satisfaction des besoins et des demandes du marché, le comportement des consommateurs et la recherche en marketing. À la fin du cours, l'étudiant devra démontrer ses capacités dans la formulation de mise en marché, l'étude d'informations pertinentes et la revue des résultats. Le contenu de ce cours peut varier en cheminement spécialisé.

MBA8418 Gestion des ressources humaines

Ce cours vise l'acquisition par l'étudiant des aspects opérationnels de la fonction ressources humaines en entreprise. On y aborde son importance: comment elle est une variable essentielle à la mise au point et à l'intégration de stratégies dans l'entreprise. Le contenu de ce cours peut varier en cheminement spécialisé.

MBA8800 Gestion stratégique des services touristiques

Ce cours présente une intégration des variables internes et externes de gestion dans le contexte d'une entreprise touristique. Présenté sous forme de séminaire, ce cours reprendra les notions de stratégie d'entreprise, d'avantage commercial, de gestion de l'offre et de productivité commerciale en tenant compte des particularités de l'entreprise touristique. Des exemples et des études de cas proviendront principalement des entreprises touristiques.

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 17/02/06, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Hiver 2006