

Programme court de premier cycle en gestion du tourisme

Téléphone : 514 843-2015

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

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

PROTOCOLE D'ENTENTE

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

OBJECTIFS

Ce programme a pour 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, ce programme vise à former des gestionnaires qualifiés en tourisme et possédant une approche globale, cohérente et opérationnelle.

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

Ce programme est entièrement offert à distance et en ligne, avec la Télé-Université (TÉLUQ).

CONDITIONS D'ADMISSION

L'admission et l'inscription des étudiants sont prises en charge par la [TÉLUQ](http://www.teluq.ca).

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

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

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
EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme
MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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

EUT4150 Technologies de l'information et des communications et réseaux de distribution en tourisme Le préalable est : MKG3315

Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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

ADM1002 Initiation à la gestion

Le cours propose une initiation à la gestion générale des entreprises. Il met l'accent sur les habiletés de résolution de problèmes concrets de gestion. À la fin du cours, les étudiants devraient pouvoir formuler, analyser et résoudre des problèmes concrets de gestion à l'aide des principales approches de la gestion. Le cours présente une série de cas réels de problèmes de gestion. Il présente une démarche pour faire l'analyse de ces problèmes et leur trouver des solutions. Cette démarche met à contribution les principales idées et approches de la gestion. Les principaux thèmes couverts, soit le métier de gestionnaire, l'évolution des idées en gestion, la stratégie, les structures organisationnelles, la prise de décision, l'environnement de l'organisation, les groupes et les équipes, la motivation, la planification, la direction et le contrôle.

EUT1023 Atelier sur les intervenants touristiques

Introduction pratique à l'organisation touristique. Recherche sur le terrain d'informations pertinentes sur des intervenants. Étude des principales catégories d'intervenants et de leur situation relative les uns par rapport aux autres pour former un système d'intervention touristique. Appréciation de l'état des relations entre les secteurs public, privé, commercial, entre les niveaux international, national, régional et local, entre les fonctions de transport, d'hébergement, d'accueil et d'animation. Identification avec l'aide de professionnels du tourisme des principales forces et faiblesses du système d'intervention touristique. Ce cours peut comprendre une ou des séances d'observation sur le terrain.

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

EUT1123 Histoire, acteurs et enjeux du tourisme; MET2100 Gestion des organisations: complexité, diversité et éthique

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

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

Préalables académiques

MET5215 Management, Information et Systèmes en tourisme; MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie

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 02/06/15, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Automne 2015