

## Certificat en gestion du tourisme

**Téléphone :** 514 987-4120  
**Courriel :** cert.tourisme@uqam.ca  
**Site Web :** esg.uqam.ca/programmes/certificat-en-gestion-du-tourisme/

Code	Titre	Crédits
4734	Certificat en gestion du tourisme	30

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

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

### GRADE PAR CUMUL

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

#### 1) Catégorie et grades accessibles

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

#### 2) Nombre minimal de crédits à l'UQAM

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

#### 3) Politique de la langue française

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

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

#### 4) Exigence linguistique en anglais

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

#### 5) Champs de connaissances à couvrir

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

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

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

#### 6) Activité de synthèse

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

#### 7) Recommandation

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

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

## CONDITIONS D'ADMISSION

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

### Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission aux trimestres d'automne et d'hiver.

### Connaissance du français

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

### Base DEC

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

### Base expérience

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

### Base études universitaires

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

### Base études hors Québec

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

### Régime et durée des études

Le programme peut être suivi à temps partiel seulement.

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

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

## COURS À SUIVRE

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

### Les neuf cours suivants (27 crédits):

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

### Un cours choisi parmi les suivants (3 crédits):

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

et à Internet.

\*Dans ce programme les cours suivants sont équivalents :

ADM1002 (TÉLUQ) et MET2100 (UQAM) ;

DRT1060 (TÉLUQ) et JUR1031 (UQAM) ;

SCO1205 (TÉLUQ) et SCO1250 (UQAM).

## RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

### Cheminement

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

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

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

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

## DESCRIPTION DES COURS

### EUT1124 Tourisme et société : histoire et enjeux

#### Objectifs

L'objectif de ce cours est de familiariser l'étudiant aux diverses dimensions du tourisme— le concept, les conditions nécessaires à sa réalisation et à son évolution à travers son histoire et ses principales manifestations contemporaines (tourismes de masse et alternatifs). 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 les participants des aptitudes au diagnostic d'enjeux à travers l'observation des comportements touristiques.

#### Sommaire du contenu

Cet apprentissage se réalise 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. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU Tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international d'ONU Tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes.

### EUT4139 Gestion des événements et congrès

#### Objectifs

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.

#### Sommaire du contenu

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. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes

#### **EUT4155 Technologies de l'information et de réseaux de distribution en tourisme**

##### Objectifs

L'objectif du cours est de familiariser l'étudiant aux principes et aux pratiques des technologies de l'information 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 TI, à dégager les bonnes pratiques en matière d'utilisation des technologies de la distribution au sein d'une destination et à explorer les différentes stratégies de e-tourisme qui s'appliquent aussi bien aux destinations qu'aux entreprises touristiques.

##### Sommaire du contenu

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 et au sein des entreprises touristiques. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes

##### Préalables académiques

MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

#### **EUT5021 Dimensions juridiques du tourisme**

##### Objectifs

Les objectifs du cours sont les suivants: permettre une familiarisation avec la législation applicable à l'entreprise touristique, dans ses dimensions municipales, provinciales, fédérales et internationales; 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 à l'encadrement juridique de l'entreprise touristique québécoise; au-delà des règles de droit, amener l'étudiant à considérer les questions d'éthique que peut soulever une intervention touristique.

##### Sommaire du contenu

Après un survol des principales notions juridiques de base, le cours aborde l'étude des lois et des règlements encadrant le tourisme. Le droit de la consommation, le droit des obligations, le droit de l'entreprise, le droit du travail, le droit de l'urbanisme et le droit international public, sont également étudiés dans leur application au tourisme. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial

d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU Tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes.

#### **EUT5116 Dimensions de gouvernance des territoires touristiques**

##### Objectifs

Ce cours vise à sensibiliser l'étudiant aux différentes dimensions de gouvernance d'un territoire 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.

##### Sommaire du contenu

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 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 modèles de gouvernance des autres pays. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes

##### Préalables académiques

EUT1124 Tourisme et société : histoire et enjeux

#### **EUT5119 Tourisme urbain**

##### Objectifs

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.

##### Sommaire du contenu

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. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes

##### Modalité d'enseignement

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

#### **EUT5121 Tourisme de nature et d'aventures**

##### Objectifs

Ce cours vise à développer chez l'étudiante et l'étudiant un esprit critique sur le phénomène du tourisme en milieux naturels et sur ses pratiques – écologiques ou non –, tant au Québec qu'à l'étranger. Cette démarche nécessite de comprendre l'historique des rapports entre l'humain et la nature. Le cours permet ainsi aux participants d'analyser les problématiques et enjeux associés à la gestion du phénomène touristique en milieux naturels impliquant la faune et la flore mais aussi les communautés autochtones et allochtones hôtes ou adjacentes.

#### Sommaire du contenu

Ce cours aborde 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. Le cours aborde également certaines perceptions de la nature transmises par le biais de la culture. Ces perceptions expliquent à leur tour les modèles de gestions applicables aux expériences recherchées en milieux naturels, des interactions aux simples fins de contemplation à celles de prélèvement de ressources (chasse et pêche) aux initiatives les plus extrêmes du tourisme d'aventure et de conquête. Guidé par une approche sociologique, le cours aborde aussi des questions parfois oubliées comme la place des genres dans l'expérience des milieux naturels, la prise de risques, la responsabilisation des parties impliquées, etc. Enfin, la nature n'étant pas exclusive aux espaces les plus isolés de la planète, le cours aborde également l'expérience de la nature en milieux urbains. Il propose un tour d'horizon des adaptations nécessaires aux acteurs du tourisme au cœur de la tourmente climatique. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes.

#### **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.

#### **MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie**

##### Objectifs

Ce cours a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de base en marketing du tourisme et de l'hôtellerie. Il a pour objectif d'apprendre à réaliser un plan marketing pour un service d'hôtellerie et de restauration, d'une attraction touristique ou d'une destination.

##### Sommaire du contenu

La notion de marketing et de l'importance stratégique de la gestion commerciale; L'identification des opportunités d'affaires provenant de l'environnement et du marché; La définition des objectifs et des stratégies commerciales. La construction de l'expérience de marque dans un cadre d'avantage concurrentiel pour des entreprises de services; Les stratégies de mise en marché dont la distribution, la communication persuasive intégrée, la gestion des ventes, la fidélisation des clients.et l'implantation d'une culture client. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par ONU tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'ONU tourisme visant le développement responsable et durable du tourisme. De plus, ce cours adopte une approche pédagogique qui inclut des activités liées à l'acquisition de connaissances théoriques, au développement de compétences professionnelles et à la mise en pratique d'activités concrètes.

#### **SCO1045 Introduction à la comptabilité et à la prise de décisions**

##### Objectifs

Ce cours a pour objectif d'initier les personnes étudiantes à la comptabilité et au rôle de l'information financière dans un contexte de prise de décisions dans le cadre de situations courantes d'une organisation. Par une approche axée sur une mise en application pratique de la comptabilité, ce cours vise à familiariser les personnes étudiantes à la nature, aux caractéristiques et aux limites de l'information financière préparée selon les Normes internationales d'information financière (IFRS) et les Normes comptables pour les entreprises à capital fermé (NCECF), à la terminologie propre au domaine comptable, aux différents besoins des utilisateurs, utilisatrices des rapports financiers et à l'importance de l'éthique dans l'exercice de la profession comptable. Ce cours amènera également la personne étudiante à utiliser les technologies d'information pertinentes à son contenu.

##### Sommaire du contenu

Ce cours traite notamment des concepts et principes comptables fondamentaux suivants, dans le cadre de situations présentant des niveaux faibles d'ambiguïté, de complexités et d'incertitude: environnement et publication de l'information financière; cadre conceptuel de l'information financière; l'information financière portant sur les résultats; les flux de trésorerie; les ressources économiques et les sources de capitaux; l'analyse des opérations sur la base des écritures comptables et de l'équation comptable fondamentale, et autres concepts et principes fondamentaux dans le cadre de situations courantes des organisations.

Modalité d'enseignement

Leçons magistrales, travaux pratiques, études de cas, travaux en laboratoire ou en atelier, travail personnel

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.  
Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 01/06/15, son contenu est sujet à changement sans préavis.  
Version Automne 2015