Cheminement DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion hôtelière et de restauration

Téléphone : 514 987-3000 #4120
Courriel : bac-gth@uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
7589	DEC/Baccalauréat en gestion du tourisme et de l'hôtellerie, concentration gestion hôtelière et de restauration	Bachelier en administration des affaires, B.A.A.	90
7428	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 du DEC en Gestion en hôtellerie internationale (GEHI) et du DEC en Gestion appliquée en restauration (GAR) de l'ITHQ ou de ses partenaires, et de la concentration en gestion hôtelière et de restauration du baccalauréat en gestion de tourisme et de l'hôtellerie, du programme de l'ESG UQAM offert en collaboration 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 en collaboration 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 hôtelière et de restauration prépare l'étudiant à occuper un poste de direction dans des établissements hôteliers et des entreprises de restauration de tous les niveaux. Une maîtrise des processus opérationnels, relationnels et financiers reliés à la gestion des services hôteliers et de restauration permettra à l'étudiant de jeter un regard critique sur l'exploitation d'une entreprise hôtelière. L'étudiant sera en mesure de saisir les enjeux de cette industrie et de devenir un intervenant hautement qualifié en exploitation d'entreprise.

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'entreprenariat. 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 complété le DEC en Gestion en hôtellerie internationale (GEHI) ou le DEC en Gestion appliquée en restauration (GAR) de l'ITHQ ou d'un de 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 intégré DEC/Baccalauréat, mais pourrait être transféré au programme régulier 7317 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 MAT2080 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.

Pour tous les étudiants :

Les douze cours de tronc commun des programmes menant au grade de B.A.A. (36 crédits) :
ECO2045 Dimensions économiques du tourisme
EUT5020 Droit du tourisme
FIN3500 Gestion financière
MAT2080 Méthodes statistiques
MET2150 Management
MET4275 Gestion des opérations dans les services touristiques
MET5215 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 :
EUT1072 Développement durable et gestion
DSR2010 Responsabilité sociale des entreprises
ORH2010 La dimension éthique de la gestion des entreprises
ET

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
MKG5322 Gestion des ventes
Pour les étudiants qui ont complété le programme collégial «Gestion appliquée en restauration» (GAR)

Note : Reconnaissance d'acquis des cours EUT1123; EUT5020; GHR3100; GHR4000; GHR5800; GHR6501; MET2150; MKG3315; ORH1600; SCO1250 (30 crédits).

Le cours hors programme suivant :
GHR1002 Mise à niveau en hôtellerie (hors-programme) (2 cr.)
Note : Le cours hors-programme GHR1002 imposé à l'étudiant doit être suivi avant de pouvoir s'inscrire à un cours de la concentration «gestion hôtelière et de restauration» à moins d'avoir été exempté par la direction du programme (voir la section Conditions particulières à certains cours dans les Règlements pédagogiques).

Les quatre cours universitaires suivants (12 crédits) :
GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier
GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration
GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement
GHR4400 Gestion des revenus et E-Commerce en hôtellerie et restauration
Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :
GHR4301 Mobilisation et gestion des relations de travail en hôtellerie et restauration
GHR500X Cours hors Québec en gestion hôtelière et de restauration (3 à 12 crédits)
GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration
GHR5701 Gestion financière des actifs en hôtellerie et restauration
GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire
GHR6201 Développement de l'offre alimentaire en restauration
GHR6301 Coordination des activités de direction en hôtellerie et restauration
GHR6501 Gestion des congrès et des banquets
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 coordonnateur/coordonnatrice de l'ITHQ ou du coordonnateur/coordonnatrice des stages de l'ITHQ :
GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration
GHR5202 Stage hors-Québec en gestion de l'hôtellerie et de la restauration
GHR6801 Création d'entreprise en hôtellerie ou en restauration
GHR6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie ou en restauration
Pour les étudiants qui ont complété le programme collégial «Gestion en hôtellerie internationale» (GEHI)

Note : Reconnaissance d'acquis des cours EUT1123; EUT5020; GHR3100; GHR4100; GHR5800; GHR6501; MET2150; MKG3315; ORH1600; SCO1250 (30 crédits).

Les quatre cours suivants (12 crédits) :
GHR3100 Contrôle opérationnel et financier hôtelier
GHR4000 Gestion des processus opérationnels en restauration
GHR4100 Gestion des processus opérationnels en hébergement
GHR4400 Gestion des revenus et E-Commerce en hôtellerie et restauration
Trois cours parmi les suivants (9 crédits) :
GHR4301 Mobilisation et gestion des relations de travail en hôtellerie et restauration
GHR500X Cours hors Québec en gestion hôtelière et de restauration (3 à 12 crédits)
GHR5400 Gestion de L'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration
GHR5701 Gestion financière des actifs en hôtellerie et restauration
GHR5800 Approvisionnement en hôtellerie et production alimentaire
GHR6201 Développement de l'offre alimentaire en restauration
GHR6301 Coordination des activités de direction en hôtellerie et restauration
GHR6501 Gestion des congrès et des banquets
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 coordonnateur/coordonnatrice de l'ITHQ ou du coordonnateur/coordonnatrice des stages de l'ITHQ :

GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration
GHR5202 Stage hors-Québec en gestion de l'hôtellerie et de la restauration
GHR6801 Création d'entreprise en hôtellerie ou en restauration
GHR6901 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie ou en restauration

Liste des cours du bloc «Marketing» :
COM1065 Relations de presse
MKG5305 Comportement du consommateur
MKG5321 Marketing international
MKG5327 Publicité
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» :
DSR4700 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.)
MET3122 La gestion des 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» :
MET3224 Introduction à la gestion de projet
MET4902 Introduction aux progiciels de gestion intégrés (PGI)
MET5312 Conception et développement d'application Workflow
MET5311 Équipes, collecticiels et gestion de la connaissance
MKG5334 Aspects marketing du commerce électronique
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 avancé par la réussite du test TOEIC avec un résultat de 785 et 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 débuter l'activité terminale, il faut avoir réussi 75 crédits du programme et avoir satisfait aux exigences linguistiques en anglais. 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. 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» GHR5201 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration : 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).
- GHR1002 Mise à niveau en hôtellerie (hors-programme) et GHR1003 Mise à niveau en restauration (hors-programme) (exigence spécifique à la concentration gestion hôtelière et de restauration) : Les étudiants, avant de s'inscrire à un cours de concentration, doivent suivre un cours hors programme (GHR1002 ou GHR1003) à moins que leur formation antérieure ou leur expérience de travail leur ait permis d'acquérir une formation minimale (attestée de 2000 heures dont au moins 1000 heures en hôtellerie et au moins 1000 heures en restauration) des techniques et des méthodes de travail de base en hôtellerie et restauration. Note : cette exigence ne s'applique pas aux cours GHR2100 Dynamique de l'industrie hôtelière et de la restauration et GHR3300 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques.

Cheminement Honor

Le cheminement Honor est un cheminement particulier qui permet à un étudiant d'inclure un total de neufs 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 d'un programme de l'ESG 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 (égale ou supérieure à 3,8 sur 4,3 si le programme de maîtrise visé est la Maîtrise en gestion de projet, cheminement avec mémoire).
- 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 deuxième cycle visé pour s'inscrire aux cours souhaités.

Les programmes de maîtrise qui peuvent accepter des étudiants inscrits dans un cheminement Honor sont les suivants :

- Maîtrise ès sciences de la gestion
- Maîtrise ès sciences, finance appliquée
- Maîtrise en gestion de projet, cheminement avec mémoire
- Maîtrise ès sciences, technologies de l'information
- Maîtrise en études urbaines
- Maîtrise en développement du tourisme

DESCRIPTION DES COURS

AOT4276 Gestion des opérations dans les services touristiques
Objectifs
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.

Sommaire du contenu
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 seront présentés. 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

AOT5100 Introduction aux technologies d'affaires
Objectifs
Les technologies de l'information jouent un rôle fondamental dans le fonctionnement des organisations. Ces technologies permettent d'acquérir, de stocker, de traiter, de contrôler et de communiquer des données et de l'information. Elles permettent également de coordonner et de soutenir les activités et les opérations d'une organisation, tant internes qu'externes, ainsi que de soutenir les gestionnaires dans leurs prises de décisions. De plus, les technologies de l'information peuvent être des vecteurs de développement, de croissance, d'innovation et de transformation importants pour les organisations. Ce cours permettra à l'étudiant de : 1. Connaître le vocabulaire et concepts de base liés aux technologies de l'information; 2. Expliquer le fonctionnement des principales technologies de l'information et leurs composantes; 3. Comprendre le rôle que jouent les technologies de l'information dans l'organisation; 4. Développer des compétences clés liées au développement et à l'utilisation de logiciels clés en gestion (p. ex., tableur et système de gestion de base de données); 5. Décrire différents métiers rattachés aux technologies de l'information et établir des relations entre ces métiers et les éléments du cours.

Sommaire du contenu
Ce cours aborde les principaux concepts liés aux technologies de l'information ainsi que leurs rôles au sein des organisations. Pour ce faire, les thèmes suivants sont abordés: 1. Rôle des technologies de l'information au sein de l'organisation 2. Composantes matérielles et logicielles des technologies de l'information 3. Conception, développement et utilisation d'une base de données 4. Conception, développement et utilisation d'un tableur 5. L'intelligence et l'analytique d'affaires 6. Métiers liés aux technologies de l'information De plus, plusieurs séances de laboratoire sont prévues afin de stimuler l'apprentissage par la pratique et d'initier l'étudiant au développement et à l'utilisation de logiciels clés en gestion

Modalité d'enseignement
Approches pédagogiques : Exposé magistral, étude de cas et laboratoire pratique Méthodes d'évaluation : Travail pratique, exposé oral, quiz et examen

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.

DSR2012 Responsabilité sociale des entreprises
Objectifs
Ce cours permettra aux étudiantes et étudiants de : se familiariser avec les Objectifs de développement durable (ODD) ; comprendre pourquoi il est essentiel de protéger les ressources naturelles dans un contexte de limites planétaires, de même que de maintenir la biodiversité et l'équilibre écologique des écosystèmes ; argumenter au sujet de la pertinence de la RSE pour renforcer la réputation d'une entreprise, réduire ses risques, attirer des investissements et soutenir sa réussite à long terme ; mobiliser des concepts et outils pour évaluer et améliorer la performance sociale et environnementale d'une organisation, tels que l'analyse du cycle de vie, la comptabilité écosystémique, l'économie circulaire et la justice environnementale ; expliquer les rapports de l'entreprise avec ses parties prenantes et les communautés, à l'aide de concepts tels que la légitimité, l'acceptabilité sociale, la performance sociale, l'inclusion et la diversité ; discuter de manière critique et nuancée de la gouvernance à toutes ses échelles ; examiner le rôle de la réglementation publique, de la multiplication des normes privées, des initiatives de reddition de comptes ESG, de l'influence de la finance responsable et des appels à l'équité fiscale ; évaluer des stratégies et pratiques organisationnelles, de même que recommander des moyens de mise en oeuvre de la RSE ; analyser des cas, des controverses et des enjeux de société qui marquent leur époque, par exemple l'empreinte du numérique, l'éthique de l'IA, la reddition de comptes des algorithmes et la transparence des jeux de données.

Sommaire du contenu
Ce cours initie les étudiantes et étudiants aux fondements de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et des organisations (RSO), en mettant l'accent sur leur rôle dans la transition vers une société durable. En tant que cadre d'action organisationnel, la RSE offre aux entreprises et aux organisations un moyen concret de contribuer activement au projet de société qu'incarne le développement durable. Le cours explore les théories, méthodes et concepts clés liés à la RSE et à la durabilité, dont les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).

Modalité d'enseignement
Selon les groupes-cours les modalités pourront être soit en présentiel, soit en ligne en synchrone ou asynchrone, soit en hybride, soit en co-modal.

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 définissant 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.

ECO2046 Dimensions économiques du tourisme
Objectifs
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 outils d'analyse économique dans le domaine du tourisme.

Sommaire du contenu
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 outils d'analyse économique. 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 où il y a une grande croissance 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
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.

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).

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.

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, connaitre 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.

EUT4125 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

Objectifs

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.

Sommaire du contenu

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 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. 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

Utilisation de logiciels de collecte de données et de traitement statistiques. Réalisation d'un projet de recherche concret dans le domaine du tourisme.

Préalables académiques

EUT1124 Tourisme et société : histoire et enjeux

EUT4516 Séminaire d'intégration en gestion du tourisme et de l'hôtellerie

Objectifs

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.

Sommaire du contenu

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, d'un exercice d'un montage de modèle d'affaires, ou de visites d'entreprises, l'étudiant simulera et assumera un rôle spécifique de direction tout au long du déroulement de l'activité. 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

Enseignement conjoint UQAM-ITHQ.

Conditions d'accès

Avoir complété un minimum de 45 crédits et un maximum de 60 crédits au programme de Baccalauréat en gestion 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.

EUT5055 Tendances et avenir des marchés touristiques

Objectifs

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.

Sommaire du contenu
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. 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.

Modalité d'enseignement
Utilisation de logiciels de traitement statistique.

Préalables académiques
ECO2046 Dimensions économiques du tourisme ; EUT4125 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

EUT5145 Stratégies des entreprises touristiques et hôtelières
Objectifs
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. L'étudiant est appelé à développer une vision d'ensemble de l'organisation et situer la place de chacun de ses domaines d'activités stratégiques au regard de l'intensité concurrentielle des secteurs d'activités où elle évolue. Il est ainsi 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.

Sommaire du contenu
L'utilisation de nombreux modèles d'analyse spécifiques à la stratégie d'entreprises soutient la mise en application du processus de planification stratégique en passant par l'établissement d'un diagnostic rigoureux, d'une étude approfondie des options stratégiques possibles pour l'entreprise ainsi que l'analyse sérieuse des mesures de déploiement de ces choix. Le choix d'entreprises touristiques oeuvrant dans les domaines de l'hébergement, de la restauration, du loisir et du divertissement, du transport de passagers et des services touristiques permet de cerner les particularités de chaque secteur. 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
L'étude de cas réels d'entreprises touristiques illustre de manière réelle les défis que représentent la planification stratégique.

Conditions d'accès
60 crédits complétés dans le programme.

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.

GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration
Objectifs
L'objectif de ce cours est d'amener l'étudiant à développer une compréhension de base des acteurs touristiques présents dans les cinq secteurs du tourisme soit l'hébergement, la restauration, les loisirs et divertissements, le transport de personnes et les services de voyage. Dans un premier temps, au travers de l'étude des différentes gammes de produits et services offerts dans les cinq secteurs du tourisme, il pourra évaluer l'étendue des caractéristiques constituant l'offre touristique tant québécoise, qu'internationale et des systèmes qui en permette leurs classifications, le cas échéant. Au travers de l'étude des différents modèles d'entreprises, de leur forme légale et mode de propriété, de leur taille, des options d'affiliations de gestion ou de marques existantes, etc., l'étudiant pourra développer un regard critique sur la composition de l'échiquier commercial qui soutient cette offre touristique. De plus, l'identification des grands joueurs (groupes, marques, etc.) occupant l'espace commercial permettra de mettre la table pour aborder la notion de segments de marché et de positionnement. L'étudiant pourra également développer un degré élevé de compréhension des réseaux B2B présents dans les cinq secteurs du tourisme et leur impact en termes de soutien à l'industrie. Enfin, au travers de l'identification des rôles et intérêts des différentes parties prenantes de la gouvernance touristique, l'étudiant pourra prendre en compte la complexité des réseaux associatifs, corporatifs, gouvernementaux et territoriaux et ainsi saisir les enjeux et défis des principaux groupes d'influence.

Sommaire du contenu
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
Trois visites industrielles sont prévues dans des entreprises en hôtellerie, en restauration, en loisirs et divertissements, en transport de passagers ou de services touristiques.

GHR3101 Contrôle opérationnel et financier en hôtellerie et en restauration
Objectifs
Ce cours vise à initier l'étudiant à l'interprétation des données financières et des résultats opérationnels en hôtellerie et restauration, aux contrôles propres et spécifiques à l'industrie H&R et à les adapter au contexte de l'entreprise. L'étudiant pourra procéder aux calculs opérationnels et financiers et apprendre à interpréter les résultats, à appliquer le processus de contrôle (objectifs, collecte, traitement, analyse et interprétation) et apprécier le processus de l'exercice budgétaire. En considérant les normes issues du «Système Uniforme

de Comptabilité pour Restaurants et Hôtels», il pourra identifier les outils permettant d'évaluer des activités reliées aux produits et services hôteliers et de restauration dans une perspective de rentabilité et d'identifier la pertinence et la forme nécessaire des activités de contrôle à implanter et exploiter selon le contexte de l'entreprise, incluant des outils efficaces de communication des résultats.

Sommaire du contenu
Le cours aborde la collecte des informations relatives aux revenus et aux dépenses. On traite aussi la structure des coûts en hôtellerie et en restauration. Les outils de contrôle dans leur conception et leur application concrète dans un hôtel type et un restaurant type seront également présentés. Il sera aussi question des éléments des inventaires, des coûts des marchandises, des coûts de main-d'oeuvre, des ratios courants en hôtellerie et en restauration. Seront aussi abordés les différentes étapes de la prévision budgétaire, de l'interprétation des résultats et de la prise de décision dans un contexte hôtelier et de restauration. 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
SCO1045 Introduction à la comptabilité et à la prise de décisions; GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration

GHR3301 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques
Objectifs
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.

Sommaire du contenu
Des sujets tels les traits de personnalités, les réactions émotives, la satisfaction, l'insatisfaction et la récupération de service seront traités. 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
ORH1163 Comportement organisationnel; GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration

GHR4101 Design des processus opérationnels en restauration et hébergement
Objectifs
Ce cours amène l'étudiant à saisir l'ampleur des processus opérationnels en restauration et en hébergement afin de les repenser, tout en s'appuyant sur une évaluation en continue du design de service. Les étudiants seront en mesure d'utiliser différents cadres d'analyse pour évaluer les modes de distribution des services et d'organisation du travail, que ce soit dans les services reliées à la gestion de l'hébergement (réception, entretien ménager, etc.) ou de la restauration (salle à manger, cuisine, autres types d'offres alimentaires, etc.). L'étudiant sera amené à développer des réflexes d'analyse des données probantes et à ajuster de manière agile les opérations pour maintenir ou améliorer la satisfaction du client et la fluidité du service, tout en assurant la rentabilité des organisations.

Sommaire du contenu
Ce cours aborde le design de l'expérience client, en lien avec l'optimisation des ressources humaines et matérielles, de manière à encourager des solutions novatrices. Le cours traitera la conception et l'ajustement des processus dans une perspective de favoriser l'adaptabilité et la co-création de valeur avec les parties prenantes. La mécanisation, l'automatisation et la robotisation des processus au travers des outils numériques seront explorées pour comprendre leur impact sur la performance opérationnelle et l'interaction client. Enfin, le cours focalise sur l'utilisation d'outils d'évaluation des bénéfices, de qualité du service, de pertinence et de flexibilité organisationnelle et leurs inter-relations. 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
GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration et AOT4276 Gestion des opérations dans les services touristiques

GHR4302 Mobilisation et gestion des relations de travail en hôtellerie et restauration
Objectifs
Ce cours a comme objectif d'amener l'étudiant à évaluer les approches de relations de travail présentes dans les entreprises hôtelières et de restauration. Il permet à l'étudiant d'établir le rayon d'action des activités de relations de travail en hôtellerie et en restauration et d'identifier le cadre légal pertinent à la gestion des ressources humaines en hôtellerie, tout en portant attention à la mobilisation des ressources humaines. L'étudiant est amené à évaluer l'impact de la syndicalisation dans l'exploitation d'hôtels et de restaurants et d'apprécier l'impact des actions associées au processus de négociation d'une convention collective de travail dans un hôtel ou un restaurant. Le cours amène également l'étudiant à mesurer l'impact des technologies sur les pratiques utilisées en gestion des ressources humaines et touche également à l'impact des approches novatrices de la gestion des ressources humaines utilisées dans différents milieux d'affaires.

Sommaire du contenu
Les sujets abordés dans ce cours toucheront l'historique des relations de travail dans l'hôtellerierestauration, les structures des organisations syndicales et patronales, la rémunération, l'aspect légal du cadre du travail, la santé, la sécurité et les politiques institutionnelles. L'étude du processus de négociation, du contenu et de l'implantation de la convention collective en hôtellerie-restauration sera également abordée. 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'Organisation 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
ORH1700 Gestion des ressources humaines; GHR3301 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques

GHR4401 Gestion des revenus en hôtellerie et restauration

Objectifs
Ce cours amène l'étudiant à développer des stratégies de tarification, de distribution, et d'optimisation des inventaires de services hôteliers et de restauration. Il permet à l'étudiant d'identifier les variables pertinentes à l'établissement d'une tarification dynamique des produits et des services hôteliers et de restauration et d'être à l'affut des tendances et au développement de nouvelles approches de gestion utilisées dans ces secteurs d'activités.

Sommaire du contenu
Le cours situe le rôle de la fonction de gestion des revenus au sein des activités commerciales de l'organisation et précise ses interrelations avec la fonction de vente et du marketing numérique. Il reprend les principes économiques de base utilisée dans l'établissement de la stratégie tarifaire. Les outils de marketing numérique, de gestion des canaux de distribution et de promotion utilisés par les entreprises hôtelières et de restauration sont mis en relation avec l'établissement de stratégies de gestions des revenus. Les principes de maximisation des revenus sont utilisés pour aborder la vente de produits hôteliers et auxiliaires en hébergement, au niveau des congrès et des banquets, de la restauration, des spas et de tout autre service/produit connexe que l'on retrouve dans un hôtel. Les différentes approches utilisées dans l'industrie telles les prévisions d'achalandage et l'analyse de la performance de la concurrence (benchmarking) seront reliés avec la gestion de la structure tarifaire et des inventaires utilisée pour effectuer optimiser la vente des produits et des services. L'analyse des ratios spécifiques au domaine sera utilisée afin d'évaluer la performance des stratégies de gestion des revenus en place et d'effectuer des recommandations d'amélioration. 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
Utilisation de logiciel de gestion des revenus Réalisation d'études de cas.

Préalables académiques
MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie; GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration

GHR500X Cours hors Québec en gestion hôtelière et de restauration (3 à 12 crédits)
Ce cours s'adresse aux étudiants des programmes de gestion 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 ou séminaires) dans le domaine de la gestion hôtelière et de restauration qui n'ont pas d'équivalent dans le programme.

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

Préalables académiques
Selon le sujet.

GHR5205 Cas GTH : Volet académique
Objectifs
Ce cours a pour but de préparer la délégation annuelle de l'ESG UQAM qui participera à la compétition académique du Cas GTH. À l'aide de cas dans les différentes disciplines touchées par le Cas GTH, ce cours vise à : exposer les étudiants aux situations et aux problèmes concrets que comporte la gestion d'une entreprise en tourisme, hôtellerie et restauration;aider l'étudiant à développer une méthode adéquate d'analyse des situations problématiques tout en réactivant les notions théoriques pertinentes acquises au cours de leurs études.

Sommaire du contenu
Plus spécifiquement, l'étudiant devrait être en mesure de développer diverses habiletés et compétences professionnelles et personnelles, notamment : déterminer le mandat ou la tâche à accomplir, identifier les problèmes ou questions relevant de la gestion ou de disciplines connexes auxquelles le client ou l'entreprise est confronté ;exercer son jugement en distinguant les problèmes importants de ceux qui ne le sont pas et en évaluant la pertinence des informations fournies ;préparer un plan d'intervention intégrant les problèmes entre eux et les classer par ordre de priorité selon leur importance ou l'urgence ;préparer un schéma d'analyse des problèmes, l'analyse faisant normalement appel à la connaissance de plus d'une matière ;appliquer ses connaissances à la solution des problèmes en tenant compte du contexte de son intervention ;analyser les problèmes aussi bien qualitativement que quantitativement ;parvenir à des conclusions logiques et formuler des recommandations réalistes ;communiquer les résultats de son travail au moyen d'une présentation claire, logique et cohérente ;accomplir un travail efficace malgré la pression (temps restreint) et les données peu structurées, le tout au sein d'une équipe fonctionnelle et dans le cadre global d'une délégation. 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

Modalité d'enseignement
Le cours comprend sept séances de quatre heures consacrées à la résolution de cas, une fin de semaine de compétition qui peut être à Montréal ou à l'extérieur de la province de Québec et une séance finale de de rétroaction.

Conditions d'accès
Ce cours est soumis à un processus de sélection qui s'effectue annuellement à l'automne.

GHR5207 Stage en gestion de l'hôtellerie et de la restauration
Objectifs
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 hôtellerie ou en restauration. 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 hôtelière ou de restauration.

Sommaire du contenu
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 ou à l'implantation d'une nouvelle opportunité en mettant à profit ses acquis. Le stage d'une durée minimale de 400 heures peut être réalisé dans différents milieux du domaine de l'hôtellerie et de la restauration: hôtels, établissement d'hébergement, restaurants et services alimentaires. 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'ITHQ et l'ESG. Le stage est complété par la réalisation d'un rapport et d'une présentation orale qui permettront 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 enseignant. 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

Conditions d'accès
Attester d'une expérience de travail ou de stage d'au moins 400 heures dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration; 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 ou Versant).

GHR5401 Gestion de l'immeuble et pratiques environnementales en hôtellerie et restauration
Objectifs
Ce cours amène l'étudiant à coordonner l'ensemble des approches multidisciplinaires nécessaires à l'aménagement d'installations hôtelières et de restauration, ainsi que d'intégrer le développement des pratiques environnementales dans l'entreprise.

Sommaire du contenu
Les principes d'aménagement d'un projet d'hôtel et de restaurant, les éléments structuraux et architecturaux des édifices, les éléments de design et de décoration, les aménagements et équipements particuliers des centres de services hôteliers et de production de restauration seront présentés, illustrés et analysés pour des projets spécifiques d'implantation d'établissements hôteliers et de restauration. On y abordera les préoccupations de la gestion des installations physiques, des systèmes d'ingénierie et de l'entretien, les aspects reliés à la planification tels que l'échéancier, les coûts, les équipes de professionnels. L'implantation des pratiques environnementales sera abordée en termes d'aménagements physiques et des opérations ainsi que des critères reliés à la certification environnementale en vigueur dans l'industrie. Ce cours relève d'un programme certifié TedQual par l'Organisation mondiale du tourisme. Par conséquent, il intègre les principes du Code mondial d'éthique du tourisme, un cadre de référence international de l'Organisation mondiale du 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
GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration

GHR565X Séminaire thématique en hôtellerie et restauration
Objectifs
Ce séminaire, à contenu variable, porte sur un thème, un secteur, un enjeu d'actualité ou le développement d'offre spécifique dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration. 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 ou d'un secteur donné.

Sommaire du contenu
Au terme du séminaire, l'étudiant sera en mesure d'avoir une lecture critique des enjeux soulevés dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration 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 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.

Conditions d'accès
Minimum 45 crédits

GHR5702 Gestion financière des actifs en hôtellerie et restauration
Objectifs
Ce cours vise à approfondir les fondements acquis en finance et les appliquer à la réalité de l'industrie hôtelière et de la restauration, laquelle est grandement influencée par ce phénomène. Le cours vise à considérer les sources d'information, l'analyse et l'interprétation des résultats d'analyse.

Sommaire du contenu
Les modes d'investissement seront abordés dans un angle de prise de décision reposant sur l'identification des avantages et des inconvénients des principaux modes de financement, ainsi que la définition des mesures de contrôle et d'évaluation budgétaire pour finalement présenter et argumenter sur un plan de financement auprès des parties prenantes. Dans ce cours, on y abordera l'analyse financière, l'allocation des ressources en capitaux, le fonds de roulement et les différents modes de financement. Des accents seront portés sur l'exercice budgétaire, autant d'un point de vue de sa cohérence avec les opérations que du point de vue des immobilisations. Les outils d'aide à la décision financière, pour soutenir le choix d'un projet d'investissement, seront aussi abordés. Finalement le cours abordera, par l'étude de cas, le financement des différents projets propres à l'hôtellerie et des modes d'épargnes. 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
FIN3500 Gestion financière; GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration

GHR5801 Approvisionnement et production alimentaire en hôtellerie et en restauration
Objectifs
Ce cours vise à développer chez l'étudiant les habiletés de gestion nécessaires afin d'organiser l'approvisionnement d'une entreprise hôtelière et de restauration ainsi que de planifier et contrôler la production alimentaire d'un établissement commercial ou institutionnel de restauration.

Sommaire du contenu
Dans le volet approvisionnement, ce cours abordera : Les processus d'approvisionnement utilisés dans différents contextes hôteliers (indépendant, affiliations à un groupe hôtelier, etc.).Les processus d'approvisionnement utilisés dans différents contextes de restauration (indépendant, affiliations à des groupes ou chaînes, etc.).Les méthodes de planification des achats (besoins, identification des fournisseurs, prix d'achat, etc.). Dans le volet production alimentaire, le cours abordera :Les types de restaurants et modes de production culinaire et d'approvisionnement dont les établissements haut de gamme, les petits bistros, les restaurants franchisés, les traiteurs, les services alimentaires et institutions, etc.Les étapes de planification et de rédaction des menus de différents types de services alimentaires en considérant les règles de rédaction ainsi que les impacts sur les coûts, les équipements, les compétences et la rentabilité.Les systèmes de production, de distribution et la pertinence de la cuisine d'assemblage.Les outils de gestion reliés à la production tels que les inventaires, les processus d'approvisionnement, le contrôle qualité, l'évaluation sensorielle des aliments, etc.Le contrôle des règles d'hygiène et de salubrité (peut mener une formation de « gestionnaire de service alimentaire » délivrée par le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) 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
GHR4101 Design des processus opérationnels en restauration et hébergement

GHR6202 Développement de l'offre alimentaire en restauration
Objectifs
Ce cours vise à sensibiliser l'étudiant à l'offre alimentaire d'un restaurant ou d'un service alimentaire, indépendant ou intégré dans un établissement hôtelier, afin de l'actualiser et de mieux répondre aux attentes de la clientèle. De manière opérationnelle, l'étudiant pourra diriger des projets de recherche et développement pour corriger des menus existants ou encore de redéfinir complètement les différents menus d'un restaurant, traiteur, hôtel, service alimentaire ou autres. Finalement l'étudiant pourra développer sa capacité à remettre en question l'offre alimentaire d'un établissement de restauration dans une perspective de rentabilité.

Sommaire du contenu
Dans ce cours, on y aborde les types d'offres alimentaires en restauration ainsi que les phénomènes alimentaires émergents. Il permet également d'apprécier les processus d'élaboration de menus utilisés dans l'industrie de la restauration, incluant les cartes des vins et de mettre à profit des outils de fixation des prix et le «menu engineering». Les préoccupations touchant la santé seront abordées ainsi que l'élaboration de recette et le calcul des coûts. 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
GHR4101 Design des processus opérationnels en restauration et hébergement

GHR6302 Coordination des activités de direction en hôtellerie et restauration
Objectifs
Ce cours amène l'étudiant à apprécier les rouages de la coordination des activités de direction rencontrés dans l'exploitation d'une entreprise hôtelière et de restauration. Que ce soit dans une perspective entrepreneuriale ou de direction générale d'entreprise corporative, l'étudiant est ainsi en mesure de reconnaître l'importance de la direction dans la gestion des entreprises au regard des stratégies adoptées et de reconnaître la place des rôles interpersonnels, informationnels et décisionnels du directeur. Ce cours permet à l'étudiant de distinguer les dimensions éthiques et politiques de la direction d'entreprise tout en tenant compte des niveaux de gouvernance rencontrés dans l'organisation, en plus des intérêts et des enjeux des différentes parties prenantes associées à la direction d'entreprise.

Sommaire du contenu
Dans ce cours, différents modèles d'exploitation d'entreprise sont pris en compte pour reconnaître le contexte multidisciplinaire de la direction d'entreprise et pour comprendre les particularités de gestion associées à différents types de fonctionnement retrouvés en hôtellerie et en restauration. Des thèmes tels que le leadership, la gouvernance, la prise de décision et l'entrepreneuriat sont abordés pour comprendre la place des interactions nécessaires à la coordination des activités de direction d'une entreprise. 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
GHR3301 Gestion des relations socioprofessionnelles dans les services touristiques

GHR6502 Gestion des congrès et des banquets
Objectifs
Ce cours amène l'étudiant à évaluer les pratiques de gestion utilisées par un établissement hôtelier et/ou de restauration ou autres organisations en événementiel pour coordonner la réalisation de congrès et de banquets. Il permet à l'étudiant d'évaluer l'offre de produits et services reliée aux activités de congrès et de banquets d'un établissement hôtelier ou de restauration. Par l'identification des différents intervenants pour la tenue d'un congrès ou d'un banquet, l'étudiant sera en mesure d'analyser l'envergure des besoins rencontrés dans les différents marchés de groupe tout en évaluant les approches de vente utilisées dans la promotion des services de congrès auprès de ces clientèles cibles. Ce cours contribuera également à développer chez l'étudiant sa capacité à analyser des structures de travail et les interactions qui existent au sein des différents services d'un hôtels tels les services d'accueil, d'hébergement, de restauration, de support technique et des intervenants extérieurs, en vue de la réalisation de l'ensemble des projets de congrès et banquets que l'hôtel gère simultanément.

Sommaire du contenu
Ce cours met l'emphase sur les modes d'organisation de l'information et des systèmes de communication nécessaires à l'opérationnalisation des congrès et banquets tout en évaluant la place des nouvelles technologies dans la gestion des congrès et banquets. Le cours explore la gestion des opérations hôtelières nécessaires à la réalisation des événements entourant l'accueil des groupes. Ainsi, les processus de travail utilisés par un établissement hôtelier seront explorés sous un angle de système d'information et de communication nécessaires pour soutenir le lien entre les activités de vente et les activités de réalisation d'un événement. 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
GHR1100 Dynamique de l'industrie du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration

GHR6802 Séminaire de création d'entreprise en tourisme, hôtellerie ou en restauration
Objectifs
Cette activité terminale amène l'étudiant à développer un projet de lancement d'entreprise en tourisme, hôtellerie ou en restauration. Par cette activité, l'étudiant est amené à appliquer les étapes de lancement d'entreprise au regard de l'idéation, de la faisabilité, de l'intégration de l'innovation et du financement selon différents contextes touristiques. L'étudiant sera ainsi amené à intégrer les connaissances et aptitudes développées durant son parcours académique que ce soit au niveau de l'exploitation d'entreprise, de l'élaboration d'un produit ou service touristique, d'hôtellerie ou de restauration, de son financement, de sa commercialisation, etc. La formule séminaire du cours, permettra à l'étudiant de développer son sens critique du processus de lancement d'entreprise et à composer avec les commentaires d'autrui lors de nombreuses séances d'accompagnement ou de mentorat. Il sera aussi amené à peaufiner ses aptitudes de communications au regard des présentations ciblées à effectuer et à exploiter les occasions de réseautage pour intégrer les milieux professionnels spécifiques à son projet. L'étudiant peut être amené à s'initier à différents milieux de création d'entreprises (incubateur, centres d'entreprenariat, etc.)

Sommaire du contenu
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
Enseignement conjoint ITHQ-UQAM Possibilité de maillage adhoc avec des incubateurs en tourisme, en entrepreunariat ou en innovation pour un accompagnement supplémentaire intégré au déroulement du séminaire.

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 ou Versant).

Préalables académiques
EUT4125 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

GHR6911 Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie ou restauration
Objectifs
L'activité terminale Mandat de recherche-développement ou d'innovation en hôtellerie et restauration, offre deux possibilités d'intervention en recherche et développement. Option 1 : Mandat de recherche empirique Cette activité terminale 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. Cette activité l'amène aussi à rédiger un rapport de recherche utilisable sur le marché du travail. Option 2 : Mandat de recherche et développement Cette activité terminale vise à permettre à l'étudiant de réaliser un mandat de recherchedéveloppement ou une étude visant à mettre sur le marché un projet, un produit ou un service novateur dans le domaine de l'hôtellerie ou de la restauration.

Sommaire du contenu
Option 1 : Mandat de recherche empirique Dans un contexte de mandat de recherche rémunéré, cette activité terminale propose la réalisation d'un projet réel intégrant la méthodologie de la recherche appliquée à l'hôtellerie ou à la restauration et les aspects de la démarche scientifique portant sur les recherches exploratoires, descriptives et causales. L'activité terminale 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 Option 2 : Mandat de recherche et développement 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 préfaisabilité 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. 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
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 ou Versant).

Préalables académiques
EUT4115 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique; EUT4125 Méthodes d'enquête dans l'industrie touristique

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 test d'hypothèse).

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 critiquesla 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 habilités 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.

MGT4011 L'innovation technologique et son contexte
Objectifs
L'objectif principal du cours est d'aider les étudiant(e)s à comprendre le rôle de l'innovation radicale dans la stratégie d'une entreprise de haute technologie. Ce cours permettra notamment aux étudiant(e)s de développer des compétences d'analyse de la dynamique d'un secteur industriel afin de pouvoir reconnaître les occasions d'innovation et la logique de succès commercial qui en découle.

Sommaire du contenu
Invention et innovation. Innovation et évolution industrielle. Innovation et chaîne de valeur. Sélection et évaluation de projets d'innovation. Encadrement stratégique d'un projet d'innovation. Gestion de la créativité et de la propriété intellectuelle. L'économie numérique : promesses et paradoxes.

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.

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 OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG3331 Gestion de campagnes de marketing numérique
Objectifs
Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure : De comprendre la structure de la réalisation d'une campagne de marketing numérique à travers l'écosystème des médias numériques sur le Web et les appareils mobiles;Savoir déployer une campagne de marketing numérique pertinente et stratégique selon les objectifs de l'entreprise et des différents segments;Être en mesure de comprendre et d'analyser le parcours client et la consommation numérique (ex. médias sociaux, courriels, recherche en ligne,*metaverse*, etc.) et technologique (réalité augmentée et virtuelle, objets connectés, etc.) des différentes cibles;Savoir choisir et déployer différentes stratégies et tactiques selon le stade du processus décisionnel du consommateur et de son parcours (omnicanal et en ligne);Savoir optimiser chacune des tactiques utilisées sur les différentes plateformes et outils numériques et technologiques;Être en mesure d'analyser des données et gérer efficacement une campagne de marketing numérique à l'aide de systèmes de gestion tels que Campaign Manager 360;Être en mesure d'évaluer la performance d'une campagne de marketing numérique, de vulgariser les résultats et de proposer des recommandations pertinentes.

Sommaire du contenu
Ce cours initie les étudiants aux différentes pratiques de la gestion de campagnes de marketing numérique. Avec la plateforme de Campaign Manager 360 de Google et différents cas managériaux, ils auront à élaborer, analyser, recommander et optimiser différentes stratégies et tactiques de marketing numérique, et ce, selon des objectifs d'une entreprise et des segments identifiés. Finalement, les étudiants seront appelés à apprendre à bien vulgariser leur analyse, leurs recommandations et les résultats d'une campagne de marketing numérique.

Préalables académiques
MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

MKG3332 Mesures de performance appliquées au marketing numérique
Objectifs
Au terme du cours, l'étudiant sera en mesure : De comprendre les avantages de la prise de décision basée sur les données dans le contexte du marketing numérique;De comprendre la relation entre les mesures numériques, les analyses, les actions marketing et les performances de la marque et de l'entreprise;De concevoir un plan d'analyse de données qui comprend l'identification des besoins d'affaires, la collecte, le traitement et le stockage des données ainsi que le choix de la solution analytique;De définir, développer et choisir les indicateurs de performance pertinents pour atteindre les objectifs identifiés;De savoir choisir les différents outils et plateformes d'analyse de données qualitatives et quantitatives à la disposition des spécialistes du marketing numérique;De savoir analyser des données à l'aide de tableaux de bord (ex. : Google Data Studio, Hootsuite, etc.);De comprendre les différentes approches qualitatives et quantitatives afin de connaître le consommateur en ligne (ex. : exploitation de données massives et de l'intelligence artificielle; la cybermétrie, le neuromarketing, la biométrie, les audits, la netnographie, l'analyse du sentiment et de contenu, les tests A/B, etc.);De savoir créer des rapports de performance et la communication de résultats d'analyse aux professionnels et aux non-professionnels;De développer, suggérer et conseiller des stratégies basées sur les analyses réalisées;D'évaluer de manière critique les enjeux de la gestion du marketing au sein des entreprises, comprendre leur impact probable sur la performance de la marque et de l'entreprise.

Sommaire du contenu
Ce cours couvre les aspects les plus importants de l'analyse de données dans le contexte du marketing numérique. Il présente les techniques d'analyse pour mesurer l'atteinte d'objectifs de performance. Différents types de données seront explorées en mettant de l'avant les plateformes/outils à utiliser pour analyser et optimiser les tactiques numériques. Le cours prévoit l'élaboration de rapports de performance et la communication efficace des résultats d'analyse.

Préalables académiques
MKG3300 Marketing OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'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 régulatoires; 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 MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode

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 MKG3325 Marketing du tourisme et de l'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 clientèleImplanter des objectifs et des quotasRéaliser des analyses des ventes et de la performance de l'équipe de ventesAcquérir des habiletés en dotation et en rétention des membres de l'équipe de ventesDévelopper des outils de gestion de territoires et de prévision de ventesAccomplir 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 interactifÉtude de casExercices

Préalables académiques
MKG3300 Marketing ou MKG3325 Marketing du tourisme et de l'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 efficientes 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'efficience 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 OU MKG3315 Marketing de tourisme et d'hôtellerie OU MOH1140 Gestion du marketing de la mode OU MKG3325 Marketing du tourisme et de l'hôtellerie

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.

ORH1700 Gestion des ressources humaines
Objectifs
Le cours vise à présenter les fondements de la mise en place des principales pratiques de gestion des ressources humaines, et une meilleure compréhension de la manière dont ces pratiques : a) répondent aux besoins stratégiques de l'entreprise; b) agissent sur les attitudes et les comportements au travail; c) participent à l'amélioration des performances organisationnelles tout en préservant la santé et le bien-être des personnes salariées. Plus spécifiquement, il vise à : Développer une compréhension approfondie des concepts clés de la gestion des ressources humaines et les appliquer à des situations réelles. Évaluer de manière critique les pratiques de gestion des ressources humaines au sein d'une organisation, en identifiant les forces et les faiblesses des approches existantes. Proposer des solutions pour améliorer l'attraction, la mobilisation et la rétention des personnes employées adaptées au contexte organisationnel et qui tiennent compte des aspects éthiques et légaux entourant la pratique de la gestion des ressources humaines.

Sommaire du contenu
Ce cours se concentre sur l'exploration et l'intégration des pratiques de gestion des ressources humaines fondées sur la planification, le recrutement, l'organisation du travail, la rémunération, la gestion de la performance, la formation, la gestion des carrières, la santé et la sécurité du travail, la gestion des relations du travail, l'implantation des pratiques d'équité, de diversité et d'inclusion, ainsi que l'évaluation des retombées de la gestion des ressources humaines. Ces pratiques sont étudiées dans une approche systémique, car la mise en place efficace de ces pratiques nécessite une bonne compréhension de l'environnement économique, juridique, social et technologique de l'organisation, ainsi que de la stratégie organisationnelle. Ces pratiques sont également étudiées en accordant une attention particulière a) aux enjeux d'équité, de diversité et d'inclusion, qui contribuent à utiliser tous les talents que possède l'organisation; b) aux défis que posent les nouvelles formes d'organisation du travail, qu'il s'agisse de flexibilité ou de changements dans les tâches et les manières de travailler faisant suite à l'introduction d'outils d'intelligence artificielle.

ORH2110 La dimension éthique de la gestion des entreprises
Objectifs
Ce cours porte sur les connaissances et compétences nécessaires pour gérer les enjeux éthiques en entreprise. Plus particulièrement, il vise à : développer une connaissance des approches de l'éthique

appliquée au monde des affaires et aux organisations, des différentes causes d'un comportement contraire à l'éthique et des mesures permettant de favoriser l'éthique en entreprise; développer la capacité de réfléchir de manière critique à un enjeu éthique en lien avec l'entreprise; développer la capacité à argumenter de manière rigoureuse sur le bon comportement à adopter; et diagnostiquer un problème éthique et à recommander des solutions à ce problème.

Sommaire du contenu
Le cours aborde la gestion de l'éthique en entreprise sous deux angles complémentaires : normatif et comportemental. Du point de vue normatif, le cours propose différentes réponses aux questions « qu'est une entreprise éthique ? » et « comment doit-on se comporter en affaires ? ». Il s'appuie sur des approches en éthique appliquée aux affaires (ex. conséquentialisme, déontologisme, primauté actionnariale et théorie des parties prenantes) tout en explorant la relation complexe entre éthique et profit. Du point de vue comportemental, le cours aborde : les facteurs influençant les comportements éthiques des individus dans une organisation, notamment les causes d'un problème éthique de nature individuelle et celles attribuables à l'environnement organisationnel ou le leadership; les mesures à mettre en place pour favoriser l'éthique et les avantages des mesures comme une formation en éthique, un code d'éthique ou un répondant à l'éthique par rapport à des sanctions ou des récompenses instrumentales.

Modalité d'enseignement
Présentation magistrale, études de cas et discussion en classe

ORH2302 Gestion de la diversité
Objectifs
À travers un apprentissage collectif, basé sur les expériences variées des personnes étudiantes et de la ressource enseignante, et un apprentissage réflexif, ce cours permet à la personne étudiante d'apprendre à mieux se connaître en tant que gestionnaire pour être plus à l'aise et mieux agir dans des situations de diversités plurielles au sein des organisations. S'appuyant sur une approche pédagogique fortement expérientielle et pragmatique, ce cours invite les personnes étudiantes à être les actrices du développement de leurs compétences et à mettre en commun leurs expériences. Plus particulièrement, ce cours vise à : comprendre les principales théories et concepts, modèles, approches concernant les dynamiques interculturelles et la gestion de la diversité dans les organisations québécoises; analyser les différentes dimensions de la diversité dans les organisations (culture, genre, âge, origine ethnoculturelle, orientation sexuelle, incapacité, etc.); mobiliser différents outils d'analyse; poser un diagnostic à des problèmes donnés et proposer des actions appropriées.

Sommaire du contenu
Ce cours aborde les thématiques suivantes : principaux concepts liés à la gestion de la diversité en organisation (culture, genre, âge, origine ethnoculturelle, orientation sexuelle, incapacité, etc.) ainsi que les problématiques et défis qu'elles posent pour les gestionnaires contemporains; conceptualisations systémiques, interculturelles, intersectionnelles et écoféministes les plus importantes pour comprendre les questions étudiées, et offrir des ressources adéquates en termes de pratiques; notions et pratiques éprouvées dans le choix des activités en gestion de la diversité.

Modalité d'enseignement
L'approche pédagogique est fortement expérientielle et pragmatique et, en ce sens, elle invite les personnes étudiantes à devenir actrices de leur développement de compétences et à mettre en commun leurs expériences. Ce cours favorise une approche pédagogique active centrée sur du travail individuel et en équipe reposant sur des exposés magistraux, des discussions réflexives, des exercices pratiques, des mises en situation et des études de cas. Du travail hors classe comprenant des lectures préparatoires, des recherches, des exercices ainsi que des travaux individuels et en équipe.

ORH3260 Leadership et supervision
Objectifs
Ce cours permet aux personnes étudiantes de comprendre la problématique du leadership inhérente à la fonction de supervision. Il les aide à développer leurs compétences en leadership, en combinant théorie et expérience pour une évaluation réaliste de leurs forces et faiblesses en tant que leaders, tout en identifiant des actions pour progresser. En appliquant les théories du leadership dans des situations réelles, les personnes étudiantes développent leur propre conception du leadership. Cette méthode leur permet d'analyser leurs expériences passées, d'élargir leurs perspectives et d'intégrer de nouvelles idées pour un développement continu.

Sommaire du contenu
L'approche pédagogique est centrée sur la réflexion personnelle : bien se connaître et se gérer est essentiel pour bien diriger. Le cours encourage l'apprentissage par l'action, fondé sur la pratique et l'expérimentation. Il aborde notamment les thématiques suivantes : évaluation et mise en pratique de plusieurs compétences en matière de leadership et mise en relation avec les théories du leadership; analyse de ses forces et de ses faiblesses en tant que leader; identifier des plans d'action pour le développement du leadership.

Préalables académiques
ORH1163 Comportement organisationnel

ORH5710 Gestion du changement organisationnel
Objectifs
Objectif général du cours: Ce cours propose une immersion dans les principes clés de la gestion du changement organisationnel. Il s'adresse à toute personne désireuse de développer ses compétences en gestion du changement, afin de contribuer activement à la capacité à changer de son environnement. Objectifs spécifiques du cours: À la fin du cours, les personnes étudiantes seront en mesure de/d': -Analyser les changements organisationnels à l'aide de modèles et typologies ; -Utiliser et adapter des outils de gestion de changement organisationnel; -Élaborer des stratégies et des démarches de gestion du changement; -Comprendre les aspects humains du changement; -Sensibiliser les parties prenantes aux enjeux du changement.

Sommaire du contenu
À travers l'étude des principaux modèles et typologies de changement, les personnes étudiantes auront l'occasion de se familiariser avec des outils de gestion du changement et d'apprendre à les adapter aux divers contextes organisationnels, en considérant les aspects humains relatifs au changement, comme les résistances, les préoccupations, etc.

Modalité d'enseignement
Ce cours mobilise une variété de méthodes pédagogiques, comme les exposés magistraux, les études de cas, les ateliers pratiques.

POL1850 Méthodes quantitatives
Sommaire du contenu
Le cours porte sur les notions de base en statistiques descriptives et d'inférence (échelles de mesure, mesures de tendance centrale et de dispersion, tests d'hypothèse, etc.) dans une perspective de mise en pratique dans le processus d'analyse et de résolution de problème. Les éléments propres aux méthodes quantitatives dans un contexte de recherche et d'analyse en sciences humaines et sociales seront introduites. Cela inclut une initiation aux différents devis de recherche (pré-expérimental, quasi-expérimental et expérimental), aux types de recherche (exploratoire, descriptive et explicative) et à la cueillette et au traitement des données. Le cours porte également sur les stratégies d'analyse des données, c'est-à-dire aux choix des outils et à l'identification des tests statistiques appropriés (méthodes d'analyse bivariée et multivariée) ainsi que sur la présentation des résultats et des données. Le cours initie les étudiants à un logiciel de traitement de données (SPSS, SAS, R, ou autre).

Modalité d'enseignement
Cours magistral – 45 heures

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 26/03/18, son contenu est sujet à changement sans préavis.
Version Hiver 2018