

Microprogramme de 1er cycle en gestion du tourisme autochtone - 0999

RESPONSABLE :

Francis Lévesque
819 874-8728 poste 6518

SCOLARITÉ :

15 crédits, Premier cycle

OBJECTIFS :

Ce microprogramme donnera aux futurs entrepreneurs de l'industrie du tourisme autochtone, de même qu'aux gestionnaires d'entreprises touristiques déjà existantes, accès à une formation favorisant une approche holistique concrète pouvant s'harmoniser à une vision actuelle de la gestion d'une entreprise touristique autochtone. Ce microprogramme a pour objectif de développer des compétences professionnelles adaptées au cadre de l'industrie touristique autochtone en tenant compte des réalités culturelles, sociales, économiques, géographiques, politiques et environnementales des peuples autochtones dans la création, la gestion et le développement d'une entreprise touristique. Ce programme servira à développer des habiletés en gestion applicables à toutes les sphères d'activités d'une entreprise touristique au bénéfice des entreprises et des communautés autochtones, le tout dans une approche de développement durable et équitable.

CONDITIONS D'ADMISSION :

Base collégiale

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales ou l'équivalent dans un domaine approprié.

Base études universitaires

Être âgé d'au moins 21 ans et avoir réussi un minimum de trois cours universitaires.

Base expérience

Être âgé d'au moins 21 ans et posséder des connaissances appropriées et une expérience jugée pertinente par l'École d'études autochtones (ÉEA).

PLAN DE FORMATION :

Activité préparatoire

SOA1001 Introduction aux études autochtones (0 cr.) *

Cours obligatoires

TRA1201 L'industrie touristique et son environnement (3 cr.) *
TRA1202 Marketing du tourisme autochtone (3 cr.) *
TRA1203 Démarrage d'une entreprise touristique en contexte autochtone (3 cr.) *
TRA1204 Développement d'expériences touristiques autochtones : culture, nature et aventure (3 cr.) *
3 crédits optionnels

Cours optionnels

L'étudiant choisit trois crédits parmi les suivants :

MKT3000 Marketing numérique (3 cr.) (MKT1000) *
HIS1011 Histoire des peuples autochtones (3 cr.) *
SCO1000 Comptabilité fondamentale (3 cr.) *

* : Disponible à distance

Règlements pédagogiques :

Afin que tous les étudiants aient une base commune de connaissances relatives au contexte autochtone, il est obligatoire de réussir l'activité SOA1001 Introduction aux études autochtones (0 cr.), avant la fin de la première session. L'inscription à la deuxième session sera conditionnelle à la réussite de cette activité préparatoire.

Pour la reconnaissance des acquis, certaines exigences doivent être respectées et elles sont présentées dans le document suivant :
<https://www.uqat.ca/telechargements/lignes-directrices-module-EEA-dec-2022.pdf>.

HIS1011**Histoire des peuples autochtones**

Objectifs : Connaître et comprendre les principaux changements survenus dans l'histoire des Autochtones au Canada et au Québec. Se familiariser avec différentes sources permettant de reconstituer une trame historique (sources archéologiques, archives, observations ethnologiques, sources orales) et comprendre leurs limites méthodologiques propres. Développer une perspective historique et un jugement critique. Aiguiser sa curiosité face aux enjeux contemporains et en saisir leur origine historique.

Contenu : Évolution de l'historiographie autochtone. La présence archéologique dans les Amériques, au Québec et sur le territoire témiscabitiens. Le mode de vie des Autochtones du Québec avant le contact avec les Européens. Relations entre les Autochtones et Allochtones en Amérique du Nord au fil des siècles jusqu'en 1970 : le contact initial, les alliances stratégiques aux 17^e et 18^e siècles, l'expansion territoriale euro-canadienne au 19^e siècle et ses conséquences pour les Autochtones, l'impérialisme canadien, l'idéologie de supériorité raciale et ses conséquences pour les Autochtones (territoriales, adaptatives, légales et sociales). Les origines des revendications territoriales du XX^e siècle.

MKT3000**Marketing numérique**

Objectifs : Comprendre l'impact du marketing numérique sur les autres activités marketing de l'organisation. Identifier et utiliser les multiples canaux de communication numériques en s'appuyant sur les données disponibles. Organiser l'ensemble des outils pour structurer une stratégie de marketing numérique et évaluer sa performance.

Contenu : Stratégie numérique. Expérience utilisateur. Optimisation du site internet. Commerce électronique. Stratégies de référencement et analytique web. Marketing de contenu par courriels, sur les médias sociaux et en vidéo.

SCO1000**Comptabilité fondamentale**

Objectifs : Connaître les normes, principes et procédés fondamentaux de la comptabilité. Préparer des états financiers pour entreprise à propriétaire unique. Être sensibilisé au rôle du système comptable à l'intérieur du processus de gestion de l'organisation.

Contenu : Profession comptable. Définition de la comptabilité et fondements conceptuels des états financiers. Équation comptable. Classement des postes de l'état des résultats et du bilan. Comptabilisation des opérations des entreprises commerciales et de services incluant les taxes à la consommation. Régularisation des comptes. Chiffrer. Journaux auxiliaires. Comptabilité de la paie. Comptabilité de caisse. Conciliation bancaire et la petite caisse.

Compréhension et utilité de l'état des flux de trésorerie.

SOA1001**Introduction aux études autochtones**

Objectifs : S'initier aux éléments historiques et aux enjeux autochtones contemporains afin d'assurer la capacité à participer de manière active aux programmes de l'École d'études autochtones.

Contenu : Mythes et préjugés sur les réalités autochtones. Histoire coloniale en Amérique du Nord. Droits ancestraux et issus de traités. Diversité culturelle. Lien autochtone au territoire. Savoirs autochtones. Dynamiques socioculturelles, politiques, économiques et légales en contexte autochtone. Avenir et réconciliation.

TRA1201**L'industrie touristique et son environnement**

Objectifs : Saisir l'importance et la complexité de l'industrie touristique (au plan local, régional, national et international), de même que les différents aspects qui composent une destination touristique. Découvrir les divers types d'expériences en lien avec les tendances du marché. Intégrer les aspects spécifiques liés au tourisme autochtone. Identifier les éléments qui influencent la demande de produits et services touristiques autochtones. Comprendre les principales structures administratives ainsi que les codes d'opération, les standards et labels de qualité, les lois et règlements qui régissent cette industrie, en lien avec les rôles et responsabilités d'une coordination touristique en milieu autochtone. Comprendre les principaux concepts du tourisme durable.

Contenu : Définition de l'industrie touristique; histoire du tourisme; rôles et structures des instances locales, régionales, nationales et internationales; facteurs d'attraction d'une destination; expériences et tendances touristiques; connaissances et analyse critique des produits touristiques; paramètres du tourisme autochtone; motivations du marché et concurrence; critères de fonctionnement de l'industrie touristique y compris les structures d'accueil et d'information; responsabilités et rôles des gouvernements et organisations en matière de tourisme; enjeux et défis du tourisme durable.

TRA1202**Marketing du tourisme autochtone**

Objectifs : Acquérir les notions de base du marketing. Connaître les stratégies touristiques de mise en marché et les adapter à la clientèle, aux entreprises et aux produits touristiques autochtones (étude des circuits touristiques potentiels). Identifier le potentiel de visiteurs en milieu autochtone. Comprendre le concept d'orientation marketing du territoire concerné (urbain, communautaire, rural ou isolé). Saisir l'importance de la qualité du service à la clientèle.

Contenu : Principes de fonction marketing dans une entreprise touristique; analyse des marchés potentiels, concepts de produits touristiques autochtones, marchés cibles (types et segments de clientèles), concurrence, marketing mix (produit, prix, promotion et commercialisation) stratégies de partenariats; approches Web 2.0; planification et budgétisation; orientations stratégiques versus territoire; standards et exigences du service à la clientèle.

TRA1203**Démarrage d'une entreprise touristique en contexte autochtone**

Objectifs : Maîtriser les éléments de base nécessaire à la création et à la viabilité d'une entreprise touristique en contexte autochtone. Identifier l'idée principale permettant de développer une vision et des applications pratiques par la réalisation d'un plan d'affaires. Comprendre l'importance d'une adéquation entre l'offre et la demande et les risques associés. S'initier aux notions d'administration et de gestion d'une entreprise.

Contenu : Développement d'une idée d'entreprise; élaboration d'un plan d'affaires; diagnostic, aspects juridiques, études de marché, structure de prix, opérationnalisation de l'entreprise; identification des besoins en ressources humaines, équipements et financement; stratégie de marketing, budgétisation (état prévisionnel des revenus et dépenses), avenues de financement; gestion des opérations courantes et des ressources humaines.

TRA1204**Développement d'expériences touristiques autochtones : culture, nature et aventure**

Objectifs : Reconnaître l'importance des attraits touristiques d'une communauté et d'un territoire autochtones. Comprendre l'importance de la mise en valeur de ces attraits en matière de culture, de nature et d'aventure. Distinguer les notions de tourisme de nature, d'aventure et d'écotourisme. Identifier les types d'impacts du tourisme sur les communautés et sur l'environnement. Comprendre les processus de partenariats et de réseautage. Analyser des exemples d'expériences touristiques et effectuer des visites sur le terrain.

Contenu : Définition d'une expérience touristique dans le cadre d'une communauté et d'un territoire autochtones; inventaire des attraits touristiques et des manifestations culturelles; études de comparables; création d'expériences favorisant des contacts privilégiés avec la nature et avec les communautés culturelles; vision autochtone de l'écotourisme et du tourisme durable; rapports entre touristes et communautés; identification de partenaires et de réseaux; observation sur le terrain.