

Catalogue de cours

2019-2020



TABLE DES MATIÈRES

MOT DE BIENVENUE DE LA DOYENNE	5
Notre vision	5
PROGRAMME BACHELOR	6
COURS ANNEE PREPARATOIRE	7
SEMESTRE 1.....	8
Module : Introduction au management du secteur de l'accueil	8
7159BC – Rooms division operations	8
7160BC – Introduction à la gestion de la restauration	8
7168BC – Culture de l'hospitalité durable	8
7158BC – Introduction to business English	9
Module : Introduction to Business Tools	9
7171BC – Applied mathematics and Excel for business hospitality management	9
Module : Ateliers Food & Beverage I & II	9
Module : Ateliers Food & Beverage I	10
7100BC – Cuisine gastronomique.....	10
7110BC – Restaurant gastronomique et lounge bar	10
7114BC – Événementiel : management et opérations.....	10
7117BC – Catering	10
7108BC – Ateliers boulangerie et pâtisserie	11
Module : Ateliers Food & Beverage II	11
7115BC – R&D design lab.....	11
7116BC – Cuisine internationale.....	11
7118BC – Bars et restaurants à concept.....	11
7141BC – Stewarding.....	11
Module : Vins & Spiritueux	12
7120BC – Œnologie et géographie viti-vinicole.....	12
7121BC – Spiritueux du monde.....	12
Module : Hébergement	12
7136BC – Housekeeping.....	12
7138BC – Réception.....	13
Visite pédagogique	13
7170BC – Expérience d'un étoilé Michelin	13
SEMESTRE 2	13
Module : Stage.....	13
7200BC – Stage opérationnel	13
COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 1.....	14
SEMESTRE 1.....	16
Module : Outils de gestion d'entreprise I	16
9101BC – Comptabilité financière	16

9102BR – Microéconomie.....	16
9103BR – Outils informatiques de gestion/tableurs.....	16
9104BR – Mathématiques.....	16
Module : Les bases de la gestion dans le secteur de l'accueil I.....	17
9110BC – Contrôle des coûts en restauration.....	17
9113BC – Les fondamentaux du marketing de l'accueil.....	17
9114BC – Comportement humain et performance au travail	17
Module : Communication et culture I	18
9120IM – Business English.....	18
9122-1BM – Espagnol (Débutant - A1)	18
9122-2BM – Espagnol (Débutant - A2)	18
9122-3IM – Espagnol (Intermédiaire - B1).....	18
9122-4IM – Espagnol (Intermédiaire - B2)	19
9123-1BM – Allemand (Débutant - A1)	19
9123-2BM – Allemand (Débutant - A2)	19
9123-3IM – Allemand (Intermédiaire - B1).....	19
9123-4IM – Allemand (Intermédiaire - B2)	19
9124-1BM – Mandarin (Débutant - A1)	20
9126-1BM – Russe (Débutant - A1).....	20
SEMESTRE 2	21
Module : Outils de gestion d'entreprise II.....	21
9201BC – Problématiques d'analyse financière.....	21
9202BR – Macroéconomie	21
9203BR – Statistiques	21
Module : Les bases de la gestion dans le secteur de l'accueil II.....	21
9211BC – Conception et qualité de service	22
9212BC – Marketing opérationnel dans l'industrie de l'accueil.....	22
9213BR – Economie du secteur de l'accueil.....	22
9214BC – Gestion de l'hébergement	22
Module : Communication et culture II	23
9220BM – Rédaction académique et communication d'affaires	23
9222-1BM – Espagnol (Débutant - A1)	23
9222-2BM – Espagnol (Débutant - A2)	23
9222-3IM – Espagnol (Intermédiaire - B1)	23
9222-4IM – Espagnol (Intermédiaire - B2)	24
9223-1BM – Allemand (Débutant - A1).....	24
9223-2BM – Allemand (Débutant - A2)	24
9223-3IM – Allemand (Intermédiaire - B1)	24
9223-4IM – Allemand (Intermédiaire - B2).....	25
9224-1BM – Mandarin (Débutant - A1).....	25
9226-1BM – Russe (Débutant - A1)	25

COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 2	26
SEMESTRE 3	27
Module : Analyse de la gestion d'entreprise	27
9301IC – Management du revenu.....	27
9302IC – Comptabilité de gestion	27
9311IR – Gestion de l'information client et des canaux de distribution.....	27
Module : La gestion dans le secteur de l'accueil appliquée	28
9310IC – Systèmes de gestion des talents	28
9312IC – Marketing international des services.....	28
9313IR – Management des opérations de services.....	28
Module : Communication et culture III	29
9322-1BM – Espagnol (Débutant - A1).....	29
9322-2BM – Espagnol (Débutant - A2)	29
9322-3IM – Espagnol (Intermédiaire - B1)	29
9322-4IM – Espagnol (Intermédiaire - B2)	29
9322-5AM – Espagnol (Avancé - C1)	29
9323-1BM – Allemand (Débutant - A1).....	30
9323-2BM – Allemand (Débutant - A2).....	30
9323-3IM – Allemand (Intermédiaire - B1)	30
9323-4IM – Allemand (Intermédiaire - B2).....	30
9323-5AM – Allemand (Avancé - C1).....	30
9324-1BM – Mandarin (Débutant - A1).....	31
9324-2BM – Mandarin (Débutant - A2).....	31
9326-1BM – Russe (Débutant - A1)	31
9326-2BM – Russe (Débutant - A2)	31
9332IR – Introduction au droit	32
SEMESTRE 4	32
Module : Stage.....	32
9401SC – Stage	32
COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 3	33
SEMESTRE 5	35
Module : Analyse d'entreprise intégrée	35
9504AC – Corporate Strategy	35
9501AC – Finance d'entreprise.....	35
9506AR – Research Methodology.....	35
9507AR – Project Management.....	35
9508AR – Etude de marché	36
Module : Accueil de gestion intégrée.....	36
9505AC – Real Estate Finance	36
9502AC – Hotel Asset Management	37
9503AC – Capital organisationnel et leadership.....	37

SEMESTRE 6	38
Module : Electifs niveau avancé	38
9601AS – Hotel Planning & Development	38
9604AS – Managing Demand for Optimal Hotel Performance	38
9606AS – Hospitality Mergers & Acquisitions	38
9624AS – Branding - thinking beyond products and services	39
9629AS – Hospitality Experience Management, Maximizing the Guest Experience	39
9632AS – Technology trends in the hospitality industry - Programming skills for businesses	39
9633AS – Decision Making: Techniques for better managerial decisions.....	40
9607AS – Developing Entrepreneurial Projects	40
9608AS – Innovation Management	40
9611AS – Cross-cultural Hospitality Management	40
9612AS – Digital Marketing.....	40
9614AS – Wine Economics & Finance.....	41
9615AS – Portfolio Management	41
9616AS – Hospitality Luxury Brand Management.....	41
9618AS – Influence & Leadership: Negotiation & Communication Tools.....	41
9622AS – Strategic Hotel Investments	42
9623AS – Creating the Future of Food Service.....	42
9625AS – Big Data Strategy for the Hospitality Industry.....	42
9626AS – Crisis/Strategic Communication	43
9627AS – Corporate Social Responsibility and Sustainable Innovations	43
9630AS – Strategies for Commercial Real Estate Assets	43
9631AS – People analytics	44
Module : Travail de diplôme	44
9620SC – Projet étudiants-entreprise.....	44
9621SC – Mémoire.....	44
MASTER OF SCIENCE HES-SO IN GLOBAL HOSPITALITY BUSINESS	45
EXECUTIVE MBA IN HOSPITALITY MANAGEMENT.....	45
MBA IN HOSPITALITY	45
DEFINITION D'UN MODULE	46

MOT DE BIENVENUE DE LA DOYENNE

Notre vision

A l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), notre vision est de rassembler le meilleur des pratiques qui sont utilisées dans l'industrie hôtelière, la formation en gestion et dans la recherche académique.

Afin de proposer une formation holistique aux métiers de l'accueil, nous associons les valeurs telles que l'orientation client et les techniques de service, tout en conservant la rigueur d'une formation académique. Nous sommes résolument tournés à la fois vers les arts pratiques et les cours académiques de niveau universitaire. Avec nos racines dans les pratiques hôtelières, nos étudiants sont formés à servir au mieux les clients dans n'importe quel secteur de l'économie. Cette combinaison unique - de rigueur académique et d'engagement à la gestion de service - assure la délivrance d'un cursus complet.

Notre curriculum est conçu par les meilleurs académiciens et experts de l'industrie hôtelière, afin de maintenir les plus hauts standards d'éducation. Nous associons en particulier des cours académiques, des études de cas tirées du monde réel et des projets de recherche. De plus, nous privilégions la formation expérientielle, l'apprentissage social, le leadership, et une sensibilisation à l'apprentissage continu.

Durant l'année académique 2019/2020, l'EHL dispense les programmes de niveau universitaire suivants:

- Au niveau « undergraduate », le Bachelor en Management des Métiers de l'Accueil comprend quatre années de formation. Il débute par une année qui met essentiellement l'accent sur les arts pratiques de l'industrie hôtelière. Cette première année est suivie de trois ans de cours en management des métiers de l'accueil. Le programme est délivré en français (section francophone) et en anglais (section anglophone). Certains cours de la section francophone sont toutefois dispensés en anglais uniquement.
- Le Master of Science in Global Hospitality Business (MGH) est notre master consécutif. Ce programme tripartite a été conçu en collaboration avec l'Université Hong Kong Polytechnic (School of Hotel and Tourism Management), ainsi que l'Université de Houston (Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management). Ce programme unique en son genre permet aux étudiants MGH d'étudier la gestion hôtelière tout en expérimentant les diversités de marchés et de culture de trois continents.
- Délivré à 80% en ligne, le MBA in Hospitality offre l'opportunité à des professionnels de l'industrie de poursuivre leur carrière tout en suivant un cursus de MBA.
- Le programme Hospitality EMBA (HEMBA), délivré en partenariat avec la China Europe International Business School (CEIBS), est un programme à temps partiel s'échelonnant sur 18 mois. Le programme a été élaboré afin de répondre aux besoins des professionnels de l'industrie hôtelière basés dans la région de l'Asie-Pacifique, qui cherchent à progresser dans leur carrière.

Tous nos programmes favorisent le transfert de compétences, par le biais de multiples opportunités de collaboration avec des professionnels passionnés de l'industrie des services.

Ce catalogue détaille les niveaux et les cours spécifiques que les étudiants de nos programmes Bachelor suivront pendant leurs études à l'EHL durant l'année académique 2019/2020. Exclusivement dispensés en anglais, les programmes de niveau Master de l'EHL sont décrits dans la version en anglais du catalogue.

La vie sur le campus de l'EHL complète l'expérience académique : nous encourageons nos étudiants à participer aux comités estudiantins, à pratiquer des activités sportives et à prendre part à toutes autres activités sociales susceptibles d'être enrichissantes à des fins d'apprentissage personnel. Je vous encourage vivement à nous rendre visite afin de découvrir l'esprit et l'énergie si singuliers de l'EHL, dotée d'un campus dynamique et d'une communauté diverse, composée notamment de professeurs experts dans leur domaine et d'étudiants au profil dûment sélectionné.

Dr. Inès Blal
Doyenne exécutive

PROGRAMME BACHELOR

Le Bachelor de l'EHL a été conçu par des professionnels de l'hôtellerie et de l'éducation supérieure afin de proposer une formation en gestion globale, ancrée dans l'excellence du service. Le programme est reconnu par la Confédération Suisse (au travers notre association académique avec la HES-SO), ainsi que par l'organisme d'accréditation américain NECHE. L'application de normes académiques rigoureuses constitue un gage de la qualité de nos programmes.

La première année de formation est orientée vers la connaissance pratique des métiers de l'hôtellerie et comprend un stage opérationnel. Au cours des trois années suivantes, les étudiants bénéficient d'enseignements académiques rigoureux qui leur fournissent les compétences nécessaires pour entreprendre une brillante carrière dans les métiers de l'hôtellerie et de l'accueil. Au cours de leur troisième année de formation, les étudiants effectuent un stage administratif de six mois afin de gagner de l'expérience dans le domaine de leur choix. Ce stage est suivi de deux semestres académiques, dont le dernier s'achève avec un travail de diplôme, pour lequel les étudiants ont le choix entre la rédaction d'un projet étudiants-entreprise (« Student Business Project »), et un travail individuel de recherche (« Bachelor Thesis »).

A la fin de leurs études de Bachelor, les étudiants de l'EHL auront atteint les objectifs d'apprentissage suivants :

- Démontrer une connaissance et une compréhension de tous les domaines des métiers de l'accueil leur permettant de proposer des solutions efficaces et novatrices aux différentes parties prenantes, tout en faisant preuve d'une sensibilité aux divers enjeux environnementaux, sociaux and éthiques ;
- Appliquer de manière critique ses connaissances de l'industrie hôtelière, en récoltant et interprétant des données pertinentes, afin de prendre des décisions réfléchies en toutes situations et dans un environnement dynamique ;
- Communiquer efficacement avec des spécialistes et des non-spécialistes dans un cadre multiculturel;
- Démontrer des compétences sociales et personnelles, tel que le travail en équipe, le leadership, la connaissance de soi et l'autonomie, et reconnaître l'importance de l'apprentissage continu ;
- Utiliser leur expérience, sens et culture du service afin d'interagir avec confiance, enthousiasme et créativité dans un cadre professionnel.

Notre modèle d'éducation assure, au-delà des connaissances théoriques et pratiques qu'ils auront acquises au cours de leurs études, que les diplômés de l'EHL développent les qualités suivantes :

*Les diplômés de l'EHL sont des **Penseurs**. Ils peuvent résoudre des problèmes de manière créative et pragmatique, même dans des situations complexes et incertaines. Ils se servent de la technologie appropriée ainsi que de leur capacité d'analyse et de déduction, pour analyser et évaluer des données. En tant que futurs **Leaders** de l'hôtellerie et secteurs connexes, ils font preuve de leadership, d'esprit d'équipe, et de communication efficace au sein de contextes multiculturels. Ce sont des **Citoyens** responsables qui, grâce à leur sensibilisation aux enjeux environnementaux, sociétaux et éthiques, contribuent à un développement économique et social durable. Inspirés par le savoir-être de l'hôtellerie, les diplômés de l'EHL sont des **Hôtes** raffinés, exemplaires en termes de courtoisie, et qui savent s'adapter aux différents contextes sociaux. Ce sont des **Humanistes** ouverts d'esprit, cultivés, sensibles aux différences culturelles et à l'humanité. Ce sont des **Apprentis** pour la vie, capables de se remettre en question, autonomes aussi bien dans le travail de groupe qu'individuel, conscients de l'importance de continuer à apprendre.*

Les pages qui suivent contiennent davantage d'informations sur le parcours académique de quatre ans à l'EHL, dont un résumé de chaque année d'étude et un descriptif des cours proposés.

Stefano Borzillo
Associate Dean - Undergraduate Program

COURS ANNEE PREPARATOIRE

PROGRAMME ANNEE PREPARATOIRE SEMESTRES 1 ET 2					
MODULE	INTRODUCTION AU MANAGEMENT DU SECTEUR DE L'ACCUEIL	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7159BC	Rooms division operations	B	C	18.5	0.6
7160BC	Introduction à la gestion de la restauration	B	C	16	0.6
7168BC	Culture de l'hospitalité durable	B	C	12	0.5
7169BC	Hospitality concept discovery	B	C	20	0.6
7158BC	Introduction to Business English	B	M	30	1
MODULE	INTRODUCTION TO BUSINESS TOOLS	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7171BC	Applied mathematics and Excel for business hospitality management	B	C	10	0.7
MODULE	ATELIERS FOOD & BEVERAGE I	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7100BC	Cuisine gastronomique	B	C	42	1
7110BC	Restaurant gastronomique et lounge bar	B	C	75	1.7
7114BC	Événementiel : management et opérations	B	C	50	1.2
7117BC	Catering	B	C	20	0.5
7108BC	Ateliers boulangerie et pâtisserie	B	C	34	0.8
MODULE	ATELIERS FOOD & BEVERAGE II	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7115BC	R&D design lab	B	C	20	0.6
7116BC	Cuisine internationale	B	C	75	1.8
7118BC	Bars et restaurants à concept	B	C	85	2
7141BC	Stewarding	B	C	32.5	0.8
MODULE	VINS & SPIRITUEUX	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7120BC	Oenologie et géographie viti-vinicole	B	C	32	0.9
7121BC	Spiritueux du monde	B	C	22.5	0.7
MODULE	HÉBERGEMENT	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7136BC	Housekeeping	B	C	24	0.6
7138BC	Réception et spa	B	C	36	1
MODULE	VISITE PÉDAGOGIQUE	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7170BC	Expérience d'un étoilé Michelin	B	C	10	0.1
MODULE	STAGE	LEVEL	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US
7200BC	Stage	B	C		20

*Pour la définition de ce que constitue un module veuillez-vous référer à la dernière page de ce document.

SEMESTRE 1

Module : Introduction au management du secteur de l'accueil

Dans ce module, les étudiants vont découvrir la théorie liée aux thèmes principaux du secteur de l'accueil. Le module est une introduction au monde complexe de l'accueil comprenant l'hôtellerie, la gestion de la restauration, les opérations dans le département hébergement et le développement durable. De plus, « Introduction to Business English » permet aux étudiants de consolider leurs compétences en anglais des affaires tout en acquérant le vocabulaire nécessaire pour communiquer oralement et à l'écrit dans diverses situations liées aux professions de l'accueil.

7159BC – Rooms division operations

18.5 heures de contact – 0.6 crédit US

Summary

This course is delivered at EHL's partner school SSTH (Swiss School of Tourism and Hospitality) located in Passugg, Switzerland. During this course, students are introduced to the organization and daily operations of the Rooms Division department within various types of lodging establishments. The main areas of responsibilities of the Rooms Division Manager are studied and their importance in different types of hotels demonstrated through exercises and case studies. The performance indicators widely used within the Rooms Division department are introduced through common reports and data used in the daily operations of a hotel such as for example the Daily Report.

Objective

Upon successful completion of this course, students should be able to summarize the duties and responsibilities of a person managing the rooms division operations in a lodging establishment.

7160BC – Introduction à la gestion de la restauration

16 heures de contact – 0.6 crédit US

Résumé

Basé sur les piliers de la restauration, les étudiants aborderont les fondations du management de la restauration, qu'elle soit indépendante ou intégrée à une activité hôtelière.

Les différents thèmes serviront de bases pour leurs semestres à venir, qu'il s'agisse de l'histoire, aux nouvelles tendances en passant par les différents aspects du management, le module pluridisciplinaire permettra d'obtenir une base d'observation des actions managériales durant leur stage.

L'alternance des notions se fera sur l'ensemble du module, mêlant théorie et exercices pour en permettre l'assimilation, et également l'application dans d'autres cours de l'année préparatoire.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, les étudiants devraient être en mesure de comprendre le management des opérations en restauration, analyser le management et aussi définir l'allocation des espaces en restauration en accord avec le type souhaité.

7168BC – Culture de l'hospitalité durable

12 heures de contact – 0.5 crédit US

Résumé

Ce cours est une introduction à la culture hôtelière et au développement durable. Il met en lumière la complexité d'un phénomène social majeur : le tourisme et l'hospitalité. En mettant le tourisme et l'accueil dans son contexte historique et en relation avec les sociétés, économies et idéologies d'aujourd'hui, le cours explore l'impact de ces secteurs sur les sociétés contemporaines. La façon dont les cultures se rencontrent et voyagent a toujours évolué, alors où en est-on dans nos sociétés post-modernes ?

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, les étudiants devraient être capables d'utiliser les concepts des sciences sociales de base en y associant une démarche durable afin d'expliquer la complexité des tendances liées au voyage et à l'accueil en tant que phénomènes sociaux et culturels.

7169BC - Hospitality concept discovery

20 heures de contact – 0.6 crédit US

Summary

This course is delivered at EHL's partner school SSTH (Swiss School of Tourism and Hospitality) located in Passugg, Switzerland. During this course, students are introduced to the hospitality industry. They gain an overview of touristic service providers, especially of the hospitality industry. Students are introduced to a specific destination and selected hotels, restaurants and other service providers in order to understand their significance within the supply chain. Students gain an insight of specific interactions and relations in the industry: guest-providers and provider-provider. The project work draws the attention of the students to a specific part of the hospitality industry: destination management. The universal objective for the student groups is to develop a theoretical concept and its presentation on a hospitality related business. Students experience lectures, exercises, excursions and project work in groups.

Objective

Upon successful completion of this course, students will be able to describe the importance of destination management and develop a hospitality concept within a group. They will be able to create a unique, creative and comprehensive F&B concept drawing on the themes of destination management presented during the course. They will develop their presentation skills and defend their project in front of jury.

7158BC – Introduction to business English

30 heures de contact – 1 crédit US

Résumé

Une communication efficace en anglais est une condition préalable pour toute personne souhaitant entrer dans un environnement de travail international. Ce cours permettra aux étudiants de consolider leurs compétences linguistiques tout en acquérant le vocabulaire économique et commercial nécessaire à la communication orale et écrite dans diverses situations professionnelles de l'industrie hôtelière.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, les étudiants devraient être capables de sélectionner et d'employer un vocabulaire économique et commercial varié pour communiquer de façon efficace, tant oralement que par écrit, dans les diverses situations se rapportant à l'accueil.

Module : Introduction to Business Tools

In this module, students partake in a mostly digitalized and self-guided course that will support them to develop their quantitative and logic skills necessary for success in EHL's Bachelor of Science program. Through a series of online lessons, tutoring sessions and autonomous study, students fine tune their mathematical and problem solving abilities.

7171BC – Applied mathematics and Excel for business hospitality management

10 heures de contact – 0.7 crédit US

Résumé et Objectif

Upon successful completion of this course, students should be able to break down a simple quantitative problem into its parts. They will find a solution to the problem choosing the appropriate mathematical formula or tool. Furthermore, students will use Excel for basic data manipulation and apply the aforementioned competencies to problems related to the hospitality sector.

Module : Ateliers Food & Beverage I & II

Ces modules permettront aux étudiants d'acquérir les compétences opérationnelles qui sont liées à chaque secteur d'expertise. Ils appliqueront et adapteront les différentes techniques de service dans le cadre de plusieurs contextes de restauration. Les étudiants appliqueront les normes d'hygiène et de sécurité (HACCP) et d'appréhender la gestion des déchets ainsi que les sensibiliser aux questions RSE (CSR – Corporate Social Responsibility). De plus, ils développeront leurs connaissances des grandes tendances et thèmes du secteur de la restauration, du monde culinaire et de l'événementiel.

Module : Ateliers Food & Beverage I

7100BC – Cuisine gastronomique

42 heures de contact – 1 crédit US

Résumé et Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure d'identifier la progression du travail en cuisine gastronomique et d'identifier les diverses zones et les matériels de ce pôle. Ils devraient être en mesure d'appliquer les techniques spécifiques de préparation et de cuisson ainsi que les méthodes de dressage à l'assiette.

7110BC – Restaurant gastronomique et lounge bar

75 heures de contact – 1.7 crédits US

Résumé et Objectif

Ayant complété la partie du cours dans le restaurant gastronomique *Le Berceau des Sens*, les étudiants devraient être capables d'assimiler et mettre en œuvre les standards du service dans les établissements de type gastronomique. Ils devraient être en mesure d'appliquer les techniques spécifiques au service de qualité pour les mets et les boissons. Ils seront capables d'organiser et gérer avec autonomie le service relatif aux fonctions successives occupées par l'étudiant. Finalement, ils devraient être en mesure de communiquer de manière adéquate avec les membres de l'équipe en activité et avec la clientèle.

Restaurant gastronomique : au terme de ce cours, les étudiants sauront préparer une mise en place de table par rapport aux standards des restaurants gastronomiques, appliquer les techniques spécifiques au service des vins et des champagnes et effectuer le service en fonction des directives attachées au poste occupé dans la brigade. Bar lounge : les étudiants travailleront deux jours au bar du BDS ; ils seront encadrés par un chef de bar et/ou un maître d'enseignement. Leurs journées seront composées d'ateliers pratiques et d'un service au bar lounge ; ils réaliseront des cocktails avec et sans alcool.

7114BC – Événementiel : management et opérations

50 heures de contact – 1.2 crédits US

Résumé et Objectif

Durant ce cours les étudiants auront l'opportunité d'organiser les différents événements réservés pendant la semaine (apéritif, cocktail, dîner de gala, etc.). Ce travail s'effectuera en groupe de 2 à 20 personnes. Chaque étudiant aura un poste précis comme dans une brigade de service. Grâce aux séquences pédagogiques de la semaine, ils pourront entreprendre des actions et initiatives s'accordant avec les techniques de base et la philosophie de service.

Dans cet atelier, l'étudiant va participer activement à la gestion du Bistro (travail en groupe de 3 à 5 personnes), de la mise en place du matériel nécessaire pour le service, accueil du client, prise de commande, service des boissons (eau, vin au verre, boissons chaudes), service sur assiette et/ou au plateau, débarrassage, suivi de la table et prise en charge du client jusqu'à son départ du restaurant. L'étudiant pratiquera aussi la vente active et découvrira l'origine du bistro.

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure de démontrer des connaissances avancées d'une structure de type banquets et bistro.

7117BC – Catering

20 heures de contact – 0.65crédit US

Résumé et Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure d'appliquer les techniques d'une production traiteur boutique, d'identifier les différentes zones et matériels de ce pôle. Ils devraient être capables d'organiser la production en fonction des stocks disponibles, de réaliser un produit de façon autonome et de déterminer le matériel nécessaire à l'élaboration d'un plat selon une fiche technique fournie. Finalement, ils seront en mesure de respecter les différentes normes d'hygiène liées aux préparations et à la production.

7108BC – Ateliers boulangerie et pâtisserie

34 heures de contact – 0.8 crédit US

Résumé et Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure d'identifier les zones, le matériel et le fonctionnement d'un laboratoire de boulangerie et de pâtisserie. Ils seront en mesure d'identifier les différentes méthodologies de travail en fonction des points de ventes, et de respecter les différentes normes d'hygiène liées aux préparations et à la production (organisation du travail). Ils devraient également être en mesure d'identifier et connaître les matières premières et recettes de bases utilisées et devraient être capables de différencier les produits réalisés et de calculer les quantités précises nécessaires à l'élaboration d'une production. Ils devraient être capables d'assimiler l'ordre et la fonction de chaque étape de la réalisation du pain.

Finalement, les étudiants doivent savoir reconnaître tous les produits existants dans les différentes pâtisseries et comprendre une fiche technique ainsi que les différentes recettes de pâtisserie, confiserie et chocolaterie.

Module : Ateliers Food & Beverage II

7115BC – R&D design lab

20 heures de contact – 0.6 crédit US

Résumé et Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure de mettre en application les termes techniques utilisés dans un pôle « Recherche et développement », de mettre en place un plan d'action et de l'exécuter. En partant d'une idée et/ou d'un besoin identifié, ils devraient être capables de définir la démarche à suivre de manière structurée. Les étudiants devraient être en mesure de revisiter des recettes connues, familières, populaires, et par des analyses sensorielles de les retravailler en respectant et en variant leurs propriétés, textures, etc. Ils devraient savoir déstructurer un plat connu, ensuite en utilisant des différentes techniques, par exemple la modification des structures, ils devraient savoir imaginer et réaliser un plat en suivant un cahier des charges. Finalement, ils seront capables de créer un cocktail non alcoolisé et faible en calories, réalisé avec des fruits et légumes frais de saison imposés.

7116BC – Cuisine internationale

75 heures de contact – 1.8 crédit US

Résumé et Objectif

Dans cet atelier, les étudiants sont en immersion complète dans plusieurs cuisines professionnelles de grand volume. Production, distribution des plats, mais surtout organisation et logistique d'une cuisine centrale. Choix des produits, méthode de travail, respect des normes d'hygiène, gestion des pertes comme des déchets, et planification des menus seront abordés durant ces cours. Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure de démontrer les connaissances de base de ces différentes structures. Les étudiants devraient être en mesure de maintenir la qualité des produits indépendamment de l'intensité du service ainsi que de respecter la taille des portions servies. Les étudiants devraient également être capables d'identifier tous les produits, d'appliquer les différentes techniques de préparations préliminaires, de s'organiser de façon méthodique et rationnelle ainsi que de contrôler le pourcentage de perte de différents produits. Finalement, ils seront capables de gérer les services en déléguant aux autres membres de leur équipe.

7118BC – Bars et restaurants à concept

43.5 heures de contact – 1.1 crédits US

Résumé et Objectif

Durant ce cours, l'étudiant aura la possibilité d'expérimenter différents concepts de bars et de restaurants. Chaque jour, en groupe de 3 à 5 personnes, l'étudiant devra se familiariser avec un nouveau point de vente, une nouvelle équipe et une nouvelle approche. Grâce aux séquences pédagogiques de la semaine, il sera capable d'adapter son comportement au point de vente et à la clientèle, et utiliser les outils nécessaires en accord avec la philosophie de service. Il pourra également créer et découvrir des produits, de manière à les promouvoir sur le point de vente.

Ayant complété ce cours avec succès, l'étudiant sera capable de reconnaître les concepts les plus adaptés à une situation et d'y optimiser les flux. Sa vision managériale lui permettra de comprendre le fonctionnement des différents concepts.

7141BC – Stewarding

32.5 heures de contact – 0.8 crédit US

Résumé et Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, les étudiants devraient être en mesure d'appliquer et respecter les normes d'hygiène et de sécurité et mettre en place les stocks de vaisselle (porcelaine, verrerie, argenterie, et batterie de cuisine) en rapport avec les besoins des différents points de vente. Ils devraient être en mesure d'appliquer les techniques spécifiques de nettoyage des zones en charge du Stewarding selon les protocoles définis ainsi que d'identifier et utiliser les différents types de machines industrielles. Finalement, les étudiants devraient être en mesure d'appliquer les standards de gestion de tri des déchets.

Module : Vins & Spiritueux

Ce module permettra aux étudiants d'élaborer une carte des vins tout en respectant les normes rédactionnelles et législatives de base et de proposer un accord mets et vins. Il leur permettra également d'adapter les conseils pour une sélection de boissons naturelles, alcoolisées ou non alcoolisées, en tenant compte les différentes clientèles.

7120BC – Œnologie et géographie viti-vinicole

32 heures de contact – 0.9 crédit US

Résumé

Cette unité de cours développe les connaissances liées au vin. Elle permet aux étudiants d'appréhender le passage à la pratique (restaurant) avec assurance et professionnalisme. Cette unité de cours englobe les sciences de la vigne et du vin plus particulièrement les cépages, les différentes méthodes d'élaborations des divers types de vins ainsi que le système des appellations contrôlées en Europe. Ce cours aborde également l'influence de l'origine géographique (Terroir) sur le goût et l'identité ainsi que celle du climat et du microclimat.

Cette unité de cours développe aussi la connaissance liée à la sélection des produits (boissons alcoolisées et non-alcoolisées) par la dégustation. Elle met en évidence l'influence que peuvent avoir les ingrédients composants un met sur la perception gustative d'un vin ou autre boisson. Les étudiants ne sont obligés de consommer de l'alcool pendant ce cours.

Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient avoir acquis les connaissances minimales nécessaires aux activités liées au domaine du vin dans un hôtel, bar et restaurant. Ils devraient pouvoir les décrire dans leur généralité et les recommander aux clients en indiquant leurs profils organoleptiques (par exemple l'arôme et l'odeur du vin).

7121BC – Spiritueux du monde

22.5 heures de contact – 0.7 crédit US

Résumé

Durant ce cours, les étudiants acquièrent les connaissances et les compétences nécessaires à la vente des spiritueux, indispensable dans l'industrie hôtelière. Grâce à diverses méthodes pédagogiques telles que des sessions théoriques, des vidéos, des quizz, des travaux de groupe, des démonstrations et enfin des dégustations, l'étudiant aura un large aperçu des boissons alcoolisées les plus consommées dans le monde.

Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être en mesure d'identifier les processus de fabrication et de différencier la classification de ces boissons alcooliques en fonction de leurs propriétés organoleptiques.

Module : Hébergement

Ce module permettra aux étudiants de se familiariser avec l'organisation et les opérations du département hébergement dans différents types d'établissements hôteliers. Dans cet objectif, les étudiants apprendront le fonctionnement du service réception et pratiqueront les principales opérations telle que la prise de réservation, l'accueil, le check-in, la facturation et le check-out des clients d'un hôtel. En parallèle, les étudiants apprendront le rôle et l'organisation d'un service housekeeping performant et mettront en œuvre leurs connaissances en appliquant les règles et procédures dédiées au nettoyage de chambres lors des cours pratiques.

7136BC – Housekeeping

24 heures de contact – 0.6 crédit US

Résumé et Objectif

Durant ce cours, les étudiants apprendront le rôle, les responsabilités ainsi que l'organisation du service housekeeping dans les établissements d'hébergement.

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être capable de démontrer les connaissances de base du service housekeeping.

7138BC – Réception

36 heures de contact – 1 crédits US

Résumé et Objectif

Durant ce cours, les étudiants développeront les procédures quotidiennes inhérentes à la réception, tels que la prise de réservation, l'enregistrement, la gestion des demandes et le départ du client. Les étudiants approfondiront également les tâches quotidiennes effectuées par les services de conciergerie et des relations clients au sein d'établissements haut de gamme. La dernière séance de ce cours introduira les connaissances de base de la gestion d'un spa.

Ayant complété ce cours avec succès, les étudiants devraient être capables d'effectuer les principales tâches en contact direct avec la clientèle au sein des services de réception, conciergerie, et relations clients, ainsi que de décrire les fonctions de base de l'exploitation d'un spa dans un établissement haut de gamme.

Visite pédagogique

7170BC – Expérience d'un étoilé Michelin

10 heures de contact – 0.1 crédit US

Résumé

Cette activité amènera l'étudiant à comprendre l'organisation générale d'un restaurant à caractère gastronomique. Elle permettra aux étudiants d'identifier les modes d'approvisionnements, les exigences et les techniques de production et de service d'un restaurant de très haut standing. Les étudiants auront la possibilité d'échanger sur les pratiques quotidiennes, les attentes et les exigences d'une clientèle particulièrement attentive au sens du soin et du détail.

Objectif

Ayant complété cette activité, les étudiants devraient être capables d'évaluer la qualité des produits utilisés dans ce type de restaurant ainsi que de définir l'organisation et la structure de travail d'une brigade de cuisine et de service. Ils devraient être en mesure d'adapter un processus de réflexion dans la mise en œuvre d'une carte, d'un menu, d'une carte des vins et de mesurer les exigences d'un service d'excellence au sein d'un établissement de renommée mondiale.

SEMESTRE 2

Module : Stage

7200BC – Stage opérationnel

24 semaines – 20 crédits US

Résumé

Le stage de l'Année Préparatoire vise à offrir, en complément des cours pratiques et théoriques sur le campus, une expérience en entreprise permettant à l'étudiant de répondre aux critères d'admission en cycle Bachelor de l'HES-SO en hôtellerie et professions de l'accueil. C'est une occasion pour les étudiants de mettre en pratique les diverses compétences acquises pendant le premier semestre dans le département opérationnel d'un hôtel ou d'un établissement offrant de la restauration.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, les étudiants devraient maîtriser les compétences pratiques liées au poste, ils sauront décrire leur rôle au sein de l'organisation dans son intégralité et comprendre de quelle manière il est lié et interagit avec d'autres départements de l'établissement. Les étudiants devraient être capables d'identifier les tâches principales du poste, les exécuter et être autonomes dans leur travail.

COURS PROGRAMME BACHELOR

ANNEE 1

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 1						
MODULE	OUTILS DE GESTION D'ENTREPRISE I	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9101BC	Comptabilité financière	B	C	45	2.7	4.0
9102BR	Microéconomie	B	R	30	1.7	2.5
9103BR	Outils informatiques de gestion/tableurs	B	R	30	1.7	2.5
9104BR	Mathématiques	B	R	45	2.7	4.0
MODULE	LES BASES DE LA GESTION DANS LE SECTEUR DE L'ACCUEIL I	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9110BC	Contrôle des coûts en restauration	B	C	30	2.7	4.0
9113BC	Les fondamentaux du marketing de l'accueil	B	C	30	2.7	4.0
9114BC	Comportement humain et performance au travail	B	C	30	2.7	4.0
MODULE	COMMUNICATION ET CULTURE I	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9120IM	Business English	I	M	30	2.0	3.0
9122-1BM	Espagnol (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9122-2BM	Espagnol (Débutant - A2)	B	M	30	1.3	2.0
9122-3IM	Espagnol (Intermédiaire - B1)	I	M	30	1.3	2.0
9122-4IM	Espagnol (Intermédiaire - B2)	I	M	30	1.3	2.0
9123-1BM	Allemand (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9123-2BM	Allemand (Débutant - A2)	B	M	30	1.3	2.0
9123-3IM	Allemand (Intermédiaire - B1)	I	M	30	1.3	2.0
9123-4IM	Allemand (Intermédiaire - B2)	I	M	30	1.3	2.0
9124-1BM	Mandarin (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9126-1BM	Russe (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 2						
MODULE	OUTILS DE GESTION D'ENTREPRISE II	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9201BC	Problématiques d'analyse financière	B	C	30	2.3	3.5
9202BR	Macroéconomie	B	R	30	2.3	3.5
9203BR	Statistiques	B	R	45	2.7	4.0
MODULE	LES BASES DE LA GESTION DANS LE SECTEUR DE L'ACCUEIL II	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9210BR	Economie du secteur de l'accueil	B	R	30	2.3	3.5
9211BC	Conception et qualité de service	B	C	30	2.3	3.5
9212BC	Marketing opérationnel dans l'industrie de l'accueil	B	C	30	2.3	3.5
9214BC	Gestion de l'hébergement	B	C	30	2.3	3.5
MODULE	COMMUNICATION ET CULTURE II	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9220BM	Rédaction académique et communication d'affaires	B	M	30	2.0	3.0
9222-1BM	Espagnol (Débutant - A1)	B	M	30	1.5	2.0
9222-2BM	Espagnol (Débutant - A2)	B	M	30	1.5	2.0
9222-3IM	Espagnol (Intermédiaire - B1)	I	M	30	1.5	2.0
9222-4IM	Espagnol (Intermédiaire - B2)	I	M	30	1.5	2.0
9223-1BM	Allemand (Débutant - A1)	B	M	30	1.5	2.0
9223-2BM	Allemand (Débutant - A2)	B	M	30	1.5	2.0
9223-3IM	Allemand (Intermédiaire - B1)	I	M	30	1.5	2.0
9223-4IM	Allemand (Intermédiaire - B2)	I	M	30	1.5	2.0
9224-1BM	Mandarin (Débutant - A1)	B	M	30	1.5	2.0
9226-1BM	Russe (Débutant - A1)	B	M	30	1.5	2.0

* Pour la définition de ce que constitue un module veuillez-vous référer à la dernière page de ce document.

*Pendant le module « Communication et Culture I » les étudiants suivent le cours « Business English » ainsi qu'un cours de langue étrangère de leur choix au niveau pertinent.

*Pendant le module « Communication et Culture II » les étudiants suivent le cours « Rédaction académique et communication d'affaires », ainsi qu'un cours de langue étrangère de leur choix au niveau pertinent.

SEMESTRE 1

Module : Outils de gestion d'entreprise I

13 Crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprennent à représenter l'environnement microéconomique des consommateurs et des entreprises à travers l'identification de diverses structures de marché. À partir de l'ensemble des échanges qui en émergent, les étudiants acquièrent les connaissances nécessaires pour représenter les échanges économiques qu'une entreprise entretient avec les autres organisations/entités en appliquant les principes fondamentaux de comptabilité pour la préparation des états financiers.

En parallèle les étudiants apprennent à identifier et à appliquer certaines méthodes mathématiques. Les étudiants apprennent à traduire dans un langage quantitatif certains aspects des échanges économiques par l'utilisation des mathématiques et à les représenter par des outils informatiques de gestion.

9101BC – Comptabilité financière

45 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Ce cours se concentre sur la production d'états financiers, à savoir l'état des résultats, l'état des capitaux propres, du bilan et l'état des flux de trésorerie. L'étudiant appliquera les principes de comptabilité et les concepts fondamentaux relatifs à l'élaboration de rapports financiers à l'intention des utilisateurs internes et externes.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous devriez être capables d'enregistrer les opérations comptables pour élaborer les états financiers principaux (Bilan, État des résultats, Etat des capitaux propres, Tableau des flux de trésorerie) à l'attention des utilisateurs internes et externes.

9102BR – Microéconomie

30 heures de contact – 1.7 crédits US

Résumé

Le cours fournit un survol des principaux domaines de la microéconomie, soit : l'offre, la demande, la formation du prix du marché, l'élasticité de la demande et de l'offre, l'analyse de la production optimale, les diverses structures de marché et une introduction au fonctionnement du marché du travail. Une place importante est donnée à l'analyse graphique et mathématique des phénomènes microéconomiques.

Objectif

Après avoir réussi cette unité d'enseignement, vous devriez être en mesure de déterminer, par des modèles économiques simples mais rigoureux, les conséquences de chocs microéconomiques touchant les producteurs, les travailleurs et les consommateurs.

9103BR – Outils informatiques de gestion/tableurs

30 heures de contact – 1.7 crédits US

Résumé

Dans ce cours, les étudiants devront acquérir les compétences nécessaires à la conception de feuilles de calculs en ayant recours à une approche analytique. Ils utiliseront les outils appropriés dans le cadre du programme académique et dans l'optique de leurs besoins professionnels futurs.

Objectif

À la réussite de ce cours, vous devriez être en mesure d'utiliser les fonctions et les outils Excel pour résoudre différents problèmes quantitatifs et présenter les résultats sous la forme d'une synthèse ou d'un graphique.

9104BR – Mathématiques

45 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Ce cours a pour but de fournir aux étudiants les compétences mathématiques de base nécessaires à la maîtrise des enseignements du programme Bachelor. Les étudiants utiliseront une approche basée sur des applications pour acquérir les compétences mathématiques pertinentes pour l'industrie hôtelière. En utilisant des situations de la vie réelle, les étudiants résoudront des problèmes mathématiques et prendront des décisions concernant l'industrie hôtelière.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous serez capable d'analyser une situation concernant l'industrie hôtelière en utilisant des méthodes mathématiques.

Module : Les bases de la gestion dans le secteur de l'accueil I

12 Crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants vont acquérir une compréhension élargie de l'environnement de l'accueil et ses concepts spécifiques. Les étudiants vont découvrir le marketing de l'accueil et apprendront à faire une analyse du marché. De plus, les tâches quotidiennes au sein du département de la restauration telles que la prévision des recettes, les coûts, les ressources, la gestion des achats seront traitées afin d'améliorer la marge brute d'exploitation. En parallèle, l'accent sera mis sur l'identification de nos propres caractéristiques psychologiques mais également celles des autres (cognitions, motivations, émotions et comportements) de façon à accroître la performance au travail.

9110BC – Contrôle des coûts en restauration

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Les marges bénéficiaires sont très minces en restauration et les responsables doivent pouvoir contrôler efficacement toutes les charges. Parmi les principales, on note les charges nourriture et boissons ainsi que la masse salariale. Ces éléments à eux seuls peuvent représenter les deux tiers des coûts totaux.

Le cours permet un regard approfondi sur les méthodes, les outils et les techniques de contrôle des marchandises et des coûts de main-d'œuvre dans un but d'amélioration de la marge brute d'exploitation. Les sujets traités comprennent les principes d'une bonne gestion des achats, la planification et le contrôle de la production, l'analyse de menu, la détermination des coûts marchandises tant théoriques que réels, le contrôle de caisse et la productivité des employés.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous serez capable de mettre en place un système de contrôle autour des « prime costs ».

9113BC – Les fondamentaux du marketing de l'accueil

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Les étudiants découvriront les fondamentaux du marketing de l'accueil et identifieront les sources d'information appropriées. L'étude du marché est le point de départ de tout plan marketing. Pendant une analyse du marché, les managers examinent tous les aspects internes et externes qui sont importants pour une évaluation précise de la situation. L'objectif de l'analyse de la situation est de clarifier quelles sont les stratégies marketing qui doivent être mises en place et ce, avec l'aide du plan marketing. Les étudiants devront choisir les cibles et le positionnement pour différents types d'unités dans l'hôtellerie et devront être en mesure d'établir le classement des variables du marketing mix.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être en mesure d'appliquer les concepts spécifiques du marketing qui vous permettront d'analyser l'offre aux consommateurs et leur comportement dans l'industrie de l'accueil. Vous seriez en mesure de prendre des décisions concernant la segmentation, le marketing cible et le positionnement pour une variété d'entreprises de l'accueil et ce, au niveau de l'unité.

9114BC – Comportement humain et performance au travail

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Le capital humain est un facteur clé de la performance organisationnelle. Dans le secteur de l'accueil, les managers efficaces doivent pouvoir encadrer et diriger efficacement leurs employés. Il est donc indispensable que les étudiants acquièrent les compétences et les connaissances nécessaires pour devenir des managers compétents. Cela implique l'identification de ses propres caractéristiques psychologiques mais également celles des autres (cognitions, motivations, émotions et comportements) de façon à accroître sa performance au travail.

Objectif

Une fois ce module terminé avec succès, et grâce à l'utilisation des théories étudiées, vous devriez avoir acquis les compétences nécessaires pour expliquer pourquoi et comment les facteurs humains influencent la performance dans différentes situations professionnelles.

Module : Communication et culture I

5 Crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprendront à communiquer efficacement dans des situations personnelles et professionnelles et acquerront des compétences à l'oral et/ou à l'écrit dans une langue étrangère. Ils chercheront et interpréteront des informations pertinentes provenant de diverses sources afin de trouver une solution à un problème spécifique. De plus, un accent est mis durant ce module sur l'anglais d'affaires afin que les étudiants puissent communiquer de manière efficace et compétente, tant à l'oral qu'à l'écrit, dans le contexte professionnel du monde de l'accueil.

9120IM – Business English

30 heures de contact – 2 crédits US

Résumé

Ce cours vise à développer les compétences orales et écrites des étudiants afin qu'ils puissent communiquer de manière efficace dans le monde des affaires internationales d'aujourd'hui. Les étudiants acquièrent les compétences langagières nécessaires pour écrire divers documents d'affaires, participer et contribuer de manière efficace à une réunion, ainsi que de faire une présentation professionnelle. Ils vont également obtenir une meilleure compréhension de l'impact des nouvelles technologies sur la communication des affaires.

Objectif

Au terme de ce cours, vous devriez être capable de rédiger des documents d'affaires de manière structurée et dans un registre approprié pour le public cible. Vous devriez également pouvoir s'exprimer de manière efficace dans diverses situations professionnelles.

9122-1BM – Espagnol (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours donnera les compétences basiques de la langue espagnole pour que l'étudiant s'exprime dans des situations quotidiennes. Les étudiants pourront comprendre et utiliser les expressions quotidiennes. Ils pourront s'exprimer dans des conversations courtes et faciles et ils seront en mesure de suivre des dialogues simples.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de vous présenter et présenter d'autres personnes, poser des questions et donner des réponses sur des détails personnels de votre vie, de votre entourage et de vos besoins.

9122-2BM – Espagnol (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours d'espagnol consolidera les compétences linguistiques de base, orales et écrites, déjà acquises par l'étudiant(e). L'étudiant(e) gagnera une certaine assurance dans la communication dans des situations familiales et habituelles et dans des contextes personnels et professionnels.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de vous exprimer avec une certaine spontanéité dans des conversations sur des sujets familiaux, en employant des expressions habituelles; vous pourriez comprendre l'information essentielle contenue dans des textes brefs et produire des documents écrits de base.

9122-3IM – Espagnol (Intermédiaire - B1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Cette unité de cours donnera à l'étudiant les compétences pour pouvoir faire face en espagnol à la plupart de situations linguistiques de la vie quotidienne. L'étudiant s'exprimera sur des sujets d'intérêt personnel avec un niveau acceptable de fluidité. Il/elle exposera et défendra son point de vue sur des faits, expériences et projets dans des contextes familiaux.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de communiquer de façon efficace dans diverses situations professionnelles habituelles.

9122-4IM – Espagnol (Intermédiaire - B2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Cette unité de cours donnera à l'étudiant les compétences orales et écrites nécessaires pour pouvoir faire face aux situations personnelles et professionnelles en espagnol. L'étudiant s'exprimera avec un bon degré d'autonomie et participera à des discussions, débats, etc. Il/elle travaillera des textes relatifs à son domaine professionnel et à ses intérêts.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de communiquer en espagnol d'une façon cohérente, à l'écrit et à l'oral, dans des situations de la vie personnelle et professionnelle.

9123-1BM – Allemand (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours permettra aux étudiants d'acquérir les capacités orales et écrites pour communiquer dans maintes situations personnelles et professionnelles. L'étudiant(e) sera encouragé à communiquer avec un grand degré d'autonomie et à participer activement à des discussions. Il/Elle travaillera sur des textes traitant de centre d'intérêts personnels et professionnels afin d'affiner son vocabulaire et d'augmenter la fluidité.

Objectif

Une fois ce cours complété avec succès, vous devriez être capable de communiquer en allemand de manière cohérente, à l'oral et à l'écrit, dans des situations de votre vie personnelle et professionnelle.

9123-2BM – Allemand (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours d'Allemand se construit à partir des compétences linguistiques de bases que l'étudiant a déjà acquises, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit. Les situations sont standards, mais les étudiants deviennent plus aptes à intervenir dans des circonstances familières, à exprimer leurs opinions de façon limitée sur des sujets abstraits/culturels ou proposer de l'aide dans un domaine connu.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de participer à des conversations simples autour de sujets familiers en utilisant des expressions usuelles; comprendre l'information essentielle donnée par un interlocuteur, des textes courts et gérer des écrits simples dans des situations récurrentes de l'hôtellerie.

9123-3IM – Allemand (Intermédiaire - B1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours d'Allemand donnera aux étudiants les compétences pour gérer beaucoup de situations du quotidien dans la langue cible. Les étudiants seront capables de s'exprimer sur des sujets d'intérêt personnel avec un degré acceptable de fluidité. Ils pourront exposer et défendre leurs points de vue sur des faits, expériences et projets dans des contextes familiers.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de communiquer dans beaucoup de situations typiques.

9123-4IM – Allemand (Intermédiaire - B2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours permettra aux étudiants d'acquérir les capacités orales et écrites pour communiquer dans maintes situations personnelles et professionnelles. L'étudiant(e) sera encouragé à communiquer avec un degré d'autonomie élevé et à participer activement à des discussions. Il/elle travaillera sur des textes traitant de centre d'intérêts personnels et professionnels afin d'affiner son vocabulaire et d'augmenter la fluidité.

Objectif

Une fois ce cours terminé avec succès, vous devriez être capable de communiquer en allemand de manière cohérente à l'oral et à l'écrit dans des situations de votre vie personnelle et professionnelle

9124-1BM – Mandarin (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours est une introduction au vocabulaire et à la grammaire du mandarin. Ce cours met l'accent sur des sujets de conversation et se structure autour des exercices sur les quatre compétences linguistiques (lire, écrire, écouter, parler). Ce cours permettra aux étudiants de commencer à mettre en pratique leurs compétences linguistiques dans des situations et contextes simples.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez pouvoir communiquer en mandarin à un niveau de base à travers les quatre compétences linguistiques (lire, écrire, écouter, parler).

9126-1BM – Russe (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours donnera les compétences linguistiques de base de la langue russe pour que l'étudiant s'exprime dans des situations quotidiennes. L'étudiant apprendra à communiquer à l'écrit comme à l'oral au niveau élémentaire TORFL (Test of Russian as a Foreign Language), équivalent au niveau A1 du CEFR (Common European Framework of Reference for Languages). Ce cours leur apprendra à commander au restaurant, communiquer à l'hôtel, pouvoir se diriger dans les aéroports, et ainsi contribuer à leur formation hôtelière. Enfin, ils auront l'opportunité de découvrir un aperçu de la culture russe et ses principaux grands représentants.

Objectif

Une fois cette unité de cours validée, vous devriez être capable d'entretenir des conversations usuelles simples.

SEMESTRE 2

Module : Outils de gestion d'entreprise II

11 Crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprennent à identifier le comportement commun à un ensemble d'observations ou de phénomènes. Différents outils statistiques seront introduits destinés à organiser et analyser un ensemble de données. Ces outils seront aussi employés pour réaliser une analyse économique élémentaire visant à mettre en lumière les principaux déterminants macroéconomiques du comportement des entreprises et des consommateurs. En parallèle, les étudiants apprennent à extraire les données pertinentes utilisées en analyse financière pour juger de la performance d'une entreprise et formuler un jugement avisé sur des opportunités d'investissement et de relations d'affaires.

9201BC – Problématiques d'analyse financière

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Ce cours a pour thème les décisions d'investissement. L'analyse de l'information financière historique ou future permet de prendre des décisions éclairées concernant les opportunités d'investissement ou en matière de relations commerciales. L'étudiant apprendra à déduire des événements sous-jacents à partir des états financiers, calculera et utilisera des ratios et des mesures de performance, évaluera les différentes formes de risque et déterminera si un projet ou une entreprise crée de la valeur.

Objectif

Suite à la réussite de ce cours, vous devriez être capable d'utiliser les états financiers et les informations concernant les risques afin d'évaluer le potentiel de création de valeur d'une entreprise.

9202BR – Macroéconomie

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Le cours fournit un survol des principaux domaines de la macroéconomie, soit une introduction à la comptabilité nationale, les déterminants des fluctuations de l'activité macroéconomique, le rôle et l'impact des politiques monétaire et budgétaire, l'interrelation entre agrégats macroéconomiques et les marchés financiers ainsi que les déterminants des mouvements des taux de change.

Objectif

Après avoir réussi cette unité d'enseignement, vous devriez être à même d'employer des modèles simples mais rigoureux pour déterminer les conséquences d'un choc macroéconomique pour les entreprises, les consommateurs et les travailleurs.

9203BR – Statistiques

45 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Les gestionnaires doivent souvent faire face à un grand nombre d'informations chiffrées. Différents outils statistiques de base relatifs à la statistique descriptive et inférentielle sont présentés dans ce cours. Ces outils vous permettront de faire parler les chiffres, de les présenter et de les analyser pour en extraire les informations utiles aux bonnes prises de décision.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous devriez être en mesure d'utiliser les outils statistiques de manière appropriée dans le but de critiquer les résultats d'une analyse statistique qu'on pourrait vous présenter

Module : Les bases de la gestion dans le secteur de l'accueil II

14 crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants seront en mesure d'appliquer les concepts spécifiques du marketing mix dans un environnement concurrentiel. Les étudiants seront en mesure d'identifier l'impact de la conception du service sur l'expérience du client et mettre en œuvre les outils nécessaires pour mesurer la performance. En parallèle, les étudiants étudieront une variété de concepts économiques et managériaux et de problèmes opérationnels liés aux activités de l'accueil aussi bien dans les pays développés qu'en développement.

9211BC – Conception et qualité de service

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Le cours est une introduction au concept de qualité de service, aux systèmes et à la gestion de la qualité. Ces éléments seront discutés à travers l'étude de différents approches, principes, techniques et procédures utilisées par diverses organisations de l'industrie ainsi et par leurs cadres. Le but est d'assurer la qualité de service attendue par le client. Le but est donc que chaque étudiant acquière une compréhension de base des éléments clé de chaque sujet traité et puisse les mettre en pratique dans une situation réelle et à travers les yeux d'un responsable de la conception du service.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous serez capable de définir la conception de service et d'en appliquer les principes aux différentes étapes du processus de service.

9212BC – Marketing opérationnel dans l'industrie de l'accueil

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Les étudiants seront en mesure de développer les éléments du mix marketing (6/7Ps) pour un hôtel en suivant le processus de prise de décision marketing. Le but de cette tâche est d'atteindre les objectifs marketing pour différents types d'hôtels. En prenant en considération les composantes du produit, les étudiants devront prendre des décisions stratégiques en rapport avec le mix produit et sa mise en œuvre. Ils identifieront les facteurs influençant les décisions et l'implantation de la stratégie de prix. Ils détermineront les canaux de distribution les plus appropriés. Finalement, les étudiants seront en mesure de créer une communication marketing efficace en utilisant les dernières méthodes et outils. Ils devront appliquer les différents mécanismes de mesure de performance des variables du mix marketing et de performance commerciale d'une unité dans l'industrie de l'accueil.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être en mesure d'appliquer les concepts spécifiques du marketing mix qui vous permettront d'atteindre le marché cible pour différents types d'hôtels.

9213BR – Economie du secteur de l'accueil

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

L'économie du secteur de l'accueil applique les principes économiques à l'analyse de l'industrie de l'accueil. Ce cours est conçu pour fournir aux étudiants les instruments nécessaires afin d'analyser les mécanismes et l'environnement économique du business de l'accueil. La Microéconomie est un prérequis pour ce cours et la Macroéconomie en est un corequis.

Objectif

Après avoir réussi cette unité d'enseignement, vous devriez être en mesure de déterminer, par des modèles économiques rigoureux, le fonctionnement de l'industrie de l'accueil et ses tendances actuelles.

9214BC – Gestion de l'hébergement

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Durant ce cours, les étudiants seront amenés à identifier et analyser l'aspect managérial du département de l'hébergement au sein de différents types d'établissements hôteliers. Le lien direct entre les décisions opérationnelles et la satisfaction des clients sera contrôlé par le biais de sources pertinentes comme par exemple : les commentaires des clients, les rapports STR et les états financiers. Les étudiants travailleront également sur le processus de vente d'un groupe, de la proposition de vente jusqu'à la gestion des comptes débiteurs. Les connaissances théoriques acquises seront ensuite appliquées au sein d'un jeu de simulation professionnel ; les groupes d'étudiants géreront un hôtel au sein d'un environnement hôtelier concurrentiel.

Objectif

Ayant complété ce cours avec succès, vous devriez être capable d'analyser les décisions prises au sein du département de l'hébergement concernant les services offerts, la planification et la formation du personnel, ainsi que les aspects financiers de la performance générale d'un hôtel au sein d'un environnement hôtelier concurrentiel.

Module : Communication et culture II

5 Crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants élargiront leurs compétences en communication ainsi que leur compréhension d'une autre culture en poursuivant les cours de langue étrangère commencés au premier semestre. Ils développeront leur esprit critique et leurs aptitudes à l'écrit par la rédaction de documents académiques et professionnels bien structurés. Ils feront des présentations orales utilisant un registre approprié au sujet et à l'auditoire dans leur cours de rédaction académique et communication d'affaires et les appliqueront dans le cadre de leur cours de droit. Dans ce dernier, ils acquerront une compréhension du risque juridique lié au monde de l'hospitalité.

9220BM – Rédaction académique et communication d'affaires

30 heures de contact – 2 crédits US

Résumé

L'objectif de ce cours est d'acquérir les techniques nécessaires à la production de textes (à l'oral et à l'écrit) dont la forme et le contenu soient présentés de façon cohérente et compétente. Dans cet enseignement, l'accent est mis sur le développement du sens critique -tant à la lecture de documents que lors de leur production- et sur l'aptitude à argumenter et à convaincre, aussi bien dans le domaine académique que dans la communication d'affaires. Les étudiant-e-s rédigent un travail de recherche académique de sorte à développer leur aptitude à la recherche critique. Les outils acquis sont utilisés également dans le domaine de la communication professionnelle.

Objectif

Ce cours terminé avec succès, vous devriez avoir acquis les compétences nécessaires à produire des textes académiques de niveau universitaire (à l'oral et à l'écrit) et être capable d'appliquer les compétences théoriques acquises au domaine de la communication professionnelle.

9222-1BM – Espagnol (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Ce cours donnera à l'étudiant(-e) les compétences linguistiques de base en langue espagnole pour établir des échanges simples dans les contextes personnels et professionnels. De plus, l'étudiant(-e) sera capable de s'exprimer dans des conversations courtes et faciles et d'établir des échanges dans des situations professionnelles simples.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable d'établir des échanges simples dans un contexte professionnel.

9222-2BM – Espagnol (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Ce cours d'espagnol consolidera les compétences déjà acquises par l'étudiant lui permettant de se sentir plus à l'aise dans la communication dans des contextes personnel et professionnel. L'étudiant échangera des informations claires et directes sur des tâches habituelles dans des environnements familial et professionnel. Il/elle sera capable de comprendre de publicités courtes et d'écrire textes simples et clairs sur des sujets personnels et professionnels.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de vous exprimer avec une certaine aisance dans des conversations sur des sujets familiers et professionnels, comprendre l'information essentielle des textes écrits bien structurés et de produire des documents écrits sur des situations habituelles dans le contexte hôtelier.

9222-3IM – Espagnol (Intermédiaire - B1)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Cette unité de cours donnera à l'étudiant les compétences pour pouvoir faire face en espagnol à la plupart des situations linguistiques dans le travail et le temps libre.

L'étudiant sera capable de faire face à des situations quelque peu inhabituelles dans des contextes familiers, se fera comprendre dans un entretien et prendra certaines initiatives. Il/elle aura aussi les compétences pour se présenter, de façon optionnelle aux diplômes D.E.L.E. (Diplôme d'Espagnol Langue Etrangère/Niveau B1).

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de communiquer de façon efficace dans plusieurs situations personnelles et professionnelles.

9222-4IM – Espagnol (Intermédiaire - B2)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Cette unité de cours apportera à l'étudiant de nouvelles structures spécifiques de vocabulaire et de grammaire en espagnol. L'étudiant pourra exposer son point de vue avec un bon degré de fluidité et utilisera le vocabulaire spécifique acquis durant cette unité, ce qui inclut divers sujets : en industrie de l'accueil, nouvelles d'actualité, brochures, menus, conseils, sondages, documents écrits, instructions et horaires, et rédigera des documents professionnels tels que emails, etc.

A la fin de cette unité, l'étudiant aura tous les acquis nécessaires pour l'obtention du D.E.L.E. (diplôme d'espagnol de langue étrangère/niveau B2).

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez avoir acquis les compétences linguistiques spécifiques afin de pouvoir communiquer lors de situations complexes au sein de l'industrie de l'accueil, ainsi que de produire et/ou utiliser des documents professionnels.

9223-1BM – Allemand (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Ce cours permettra à l'étudiant d'acquies les compétences linguistiques de base pour faire face aux situations de la vie quotidienne et professionnelle dans le secteur de l'accueil. L'étudiant apprendra à s'exprimer dans le cadre de conversations courtes à l'oral et à l'écrit en utilisant des expressions simples et standards.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès vous devriez être capable d'interagir de manière simple à condition que votre interlocuteur parle lentement et clairement. Vous seriez en outre capable d'écrire et de comprendre des courts textes ayant une structure claire et des expressions simples.

9223-2BM – Allemand (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Ce cours d'Allemand se construit à partir des compétences linguistiques de bases que l'étudiant a déjà acquies afin de communiquer dans des contextes personnels et professionnels. Il permettra à l'étudiant de développer sa confiance en communication et compréhension des instructions dans un contexte personnel et professionnel, dans des situations régulièrement rencontrées et familières.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de participer à des conversations simples autour des sujets familiers et professionnels; comprendre des instructions données en classes et lors des épreuves ; comprendre des articles factuels de presse, des lettres de routine et de l'information dans un domaine connu, comme l'hôtellerie.

9223-3IM – Allemand (Intermédiaire - B1)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Ce cours d'Allemand donnera aux étudiants les compétences pour gérer des situations variées du quotidien et dans le métier dans la langue cible. Les étudiants devront être capable de faire face à des situations peu communes dans des contextes familiers, se faire comprendre lors d'un entretien et prendre certaines initiatives.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de communiquer dans beaucoup de situations personnelles et professionnelles.

9223-4IM – Allemand (Intermédiaire - B2)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Grace à des activités de lecture, d'écoute, d'expression orale et écrite, l'étudiant élargira et enrichira son vocabulaire ainsi que sa connaissance des structures grammaticales complexes. L'étudiant utilisera un vocabulaire riche et précis, incluant des termes spécifiques de l'hôtellerie, de la publicité, des sondages, etc. Il produira des documents professionnels comme des e-mails.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de discuter de sujets complexes concernant vos centres d'intérêt avec un degré de spontanéité et d'aisance qui rend facilement possible toute interaction avec une personne germanophone.

9224-1BM – Mandarin (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Cette unité de cours permettra aux étudiants de renforcer les compétences acquises dans les quatre domaines de compétences sociolinguistiques (parler, lire, écrire, écouter). Les étudiants évolueront des sujets et contextes de bases aux situations sociales et professionnelles plus avancées. Grâce au travail effectué pendant et en dehors de ce cours, les étudiants auront atteint le niveau A1 du mandarin.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous serez capable de communiquer en mandarin avec une palette plus large de vocabulaire, grammaire et syntaxe.

9226-1BM – Russe (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.5 crédits US

Résumé

Ce cours donnera les compétences linguistiques de base de la langue russe pour que l'étudiant s'exprime dans des situations quotidiennes. L'étudiant apprendra à communiquer à l'écrit comme à l'oral au niveau élémentaire TORFL (Test of Russian as a Foreign Language), équivalent au niveau A1 du CEFR (Common European Framework of Reference for languages). Les étudiants seront aptes à communiquer dans un certain nombre de situations de la vie quotidienne. Ce cours leur apprendra à demander les directions dans une ville, communiquer à l'hôtel, pouvoir se diriger dans les aéroports, et ainsi contribuer à leur formation hôtelière. Enfin, ils auront l'opportunité de découvrir un aperçu de la culture russe et ses principaux grands représentants.

Objectif

Une fois cette unité de cours validée, vous devriez être capable d'entretenir des conversations usuelles simples.

COURS PROGRAMME BACHELOR

ANNEE 2

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 3¹						
MODULE²	ANALYSE DE LA GESTION D'ENTREPRISE	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9301IC	Management du revenu	I	C	45	3.0	4.5
9302IC	Comptabilité de gestion	I	C	30	2.7	4
9311IR	Gestion de l'information client et des canaux de distribution	I	R	30	2.3	3.5
MODULE	LA GESTION DANS LE SECTEUR DE L'ACCUEIL APPLIQUEE	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9310IC	Systèmes de gestion des talents	I	C	30	2.7	4.0
9312IC	Marketing international des services	I	C	30	2.7	4.0
9313IR	Management des opérations de service	I	R	30	2.7	4.0
MODULE	COMMUNICATION & CULTURE III³	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9322-1BM	Espagnol (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9322-2BM	Espagnol (Débutant - A2)	B	M	30	1.3	2.0
9322-3IM	Espagnol (Intermédiaire - B1)	I	M	30	1.3	2.0
9322-4IM	Espagnol (Intermédiaire - B2)	I	M	30	1.3	2.0
9322-5AM	Espagnol (Avancé - C1)	A	M	30	1.3	2.0
9323-1BM	Allemand (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9323-2BM	Allemand (Débutant - A2)	B	M	30	1.3	2.0
9323-3IM	Allemand (Intermédiaire - B1)	I	M	30	1.3	2.0
9323-4IM	Allemand (Intermédiaire - B2)	I	M	30	1.3	2.0
9323-5AM	Allemand (Avancé - C1)	A	M	30	1.3	2.0
9324-1BM	Mandarin (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9324-2BM	Mandarin débutant (A2)	B	M	30	1.3	2.0
9326-1BM	Russe (Débutant - A1)	B	M	30	1.3	2.0
9326-2BM	Russe (Débutant - A2)	B	M	30	1.3	2.0
9332IR	Introduction au droit	I	R	45	2.7	4.0

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 4						
MODULE	STAGE	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9401SC	STAGE	S	C	-	20	30

¹ Les cours du semestre 3 sont disponibles sur le campus de Lausanne et de Passugg.

² Pour la définition de ce que constitue un module veuillez-vous référer à la dernière page de ce document.

³ Pendant le module « Communication et Culture III » les étudiants suivent le cours « Introduction au droit » et un cours de langue étrangère de leur choix au niveau pertinent.

SEMESTRE 3

Module : Analyse de la gestion d'entreprise

12 crédits ECTS

L'étudiant devra faire face à la création de la valeur économique grâce à des fonctions de marketing et les ressources humaines dans le contexte de l'industrie de l'hospitalité.

L'étudiant devra évaluer les impacts des décisions de marketing et des ressources humaines sur l'évolution future des flux monétaires, en termes de risques et de rentabilité, afin de garantir la pérennité de l'entreprise et la satisfaction des actionnaires demandes.

Une fois cette unité de cours réussie, les élèves devraient être capables de mesurer la création de valeur dans une unité de la nourriture et des boissons et de l'hôtel. Cela implique l'évaluation des critères d'acquisition ainsi que l'allocation des ressources et l'impact des décisions fonctionnelles sur l'évolution des critères financiers de la performance de l'entreprise.

9301IC – Management du revenu

45 heures de contact – 3 crédits US

Résumé

Le cours permettra aux étudiants d'évaluer les conséquences des décisions stratégiques et opérationnelles (notamment tarification et gestion des capacités) sur la performance financière de l'entreprise hôtelière. Ils appliqueront les principes du management du revenu dans l'analyse des systèmes spécifiques et des méthodes de gestion efficace d'une unité hôtelière. Les participants utiliseront des techniques d'optimisation du chiffre d'affaires appropriées pour un établissement hôtelier ou une chaîne.

Objectif

Après avoir réussi cette unité d'enseignement, vous devriez être capable d'évaluer l'impact financier des décisions de management du revenu et de définir, exécuter et gérer des processus d'optimisation du revenu au niveau de l'unité d'exploitation hôtelière.

9302IC – Comptabilité de gestion

30 heures de contact – 2.7 crédits U S

Résumé

La comptabilité de gestion a pour objectif de fournir des informations pertinentes pour la planification, la prise de décision et le contrôle. Dans ce cours, vous apprendrez à utiliser les principales techniques de comptabilité de gestion pour atteindre ces objectifs. Vous estimerez des coûts, calculerez des seuils de rentabilité et des leviers opérationnels, déterminerez des coûts de revient et les coûts pertinents à prendre en considération, construirez des budgets et utiliserez l'analyse des écarts pour expliquer les différences entre performance anticipée et réelle.

Objectif

Suite à la réussite de ce cours, vous devriez être capable d'identifier, interpréter et analyser différents types de coûts au sein d'une entreprise, dans un contexte décisionnel. De plus, vous devriez être capable de distinguer et d'appliquer différentes méthodes utilisées en comptabilité de gestion ainsi que de comprendre comment les utiliser pour prendre des décisions efficaces.

9311IR – Gestion de l'information client et des canaux de distribution

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Construit sur les deux cours de fondamentaux du marketing, ce cours développe les compétences des étudiants en matière de gestion d'informations pertinentes destinées aux clients, et d'optimisation de l'information et des canaux de distribution pour les hôtels.

Gérer l'information pertinente destinée aux clients comprend deux dimensions: l'information pour les clients et l'information au sujet des clients. L'information pour les clients traite des sources d'information, des points de contact en ligne et hors ligne, et du processus de décision d'achat. L'information au sujet des clients traite des tendances et défis en rapport avec le marketing, la gestion de la relation client (CRM), les programmes de fidélité, la personnalisation et la confidentialité.

L'optimisation des canaux de distribution pour les hôtels traite des différents canaux de distribution dans l'hôtellerie, impliquant les canaux en ligne et hors ligne, les coûts et bénéfices des canaux de distribution, les acteurs principaux, les tendances et les défis de l'optimisation de la distribution.

Objectif

A l'issue de ce cours, vous devriez être en mesure d'identifier les canaux d'information et de distribution les plus efficaces pour atteindre différents segments de clients.

Module : La gestion dans le secteur de l'accueil appliquée

12 crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprendront à analyser, gérer et améliorer les processus de service tout au long de la chaîne de valeur, en fin de compte à ajouter de la valeur à l'entreprise. Les élèves appliquent les outils nécessaires à la prise de décision dans la gestion des opérations afin d'optimiser les principaux moteurs: les coûts, les revenus, la satisfaction du client et la productivité. Ils seront en mesure de mesurer l'impact de leurs décisions, y compris de nouveaux investissements et la réorganisation des activités au jour le jour, sur la création de valeur.

À l'issue de ce module, les étudiants auront une vue d'ensemble de tous les processus organisationnels et seront en mesure d'optimiser les processus en utilisant des outils de gestion des opérations, tout en gardant un point de vue organisationnel stratégique. Ils ont analysé et diagnostiqué différentes méthodes pour gérer les stocks et planifié et conçu des processus complexes. Les étudiants auront également appris à analyser les problèmes de ressources humaines et de marketing en appliquant les principes de la cartographie des processus.

9310IC – Systèmes de gestion des talents

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Dans le contexte de ce qui est aujourd'hui reconnu comme une « guerre pour le talent », les leaders d'entreprises du secteur de l'accueil doivent assurer la performance des individus et de leurs organisations grâce à des systèmes de management intégrés. A travers la mise en application de modèles de management variés et dans le cadre de travaux supervisés, les étudiants vont explorer dans un esprit critique des systèmes de management des ressources humaines (RH) ayant pour but de développer et de fidéliser le talent en entreprise. Les étudiants vont acquérir des compétences en matière d'acquisition et sélection du personnel, gestion des conditions et relations de travail, évaluation de la performance, formation et développement, et management de la rétribution et de la rétention du talent.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous serez capables d'évaluer divers systèmes de management du talent et d'expliquer comment ils peuvent améliorer la performance aux niveaux individuel et organisationnel.

9312IC – Marketing international des services

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Ce cours permettra aux étudiants d'explorer et de comprendre les pratiques du marketing dans un environnement global. Il vise à préparer les étudiants à comprendre les enjeux et l'importance du marketing des services dans un contexte international. Du point de vue d'un directeur de marketing international, les étudiants apprendront l'étendu et les défis du marketing international, les caractéristiques des différents modes d'entrée sur de nouveaux marchés, l'environnement dynamique du commerce international ainsi que les opportunités du marché mondial.

Objectif

À l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de démontrer une compréhension des tendances stratégiques utilisées par les entreprises de services pour réussir dans un environnement de marché mondial.

9313IR – Management des opérations de services

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Pour la production de services, les opérations impliquent un ensemble de tâches menant à la création de valeur. La gestion de ces opérations est donc centrale. Avec ce cours, vous apprendrez à utiliser des modèles de management des opérations. Ces modèles couvrent des domaines primordiaux comme la gestion des files d'attente, la gestion des stocks et la cartographie des processus. Une part importante du cours est également consacrée aux modèles d'optimisation permettant la résolution d'un certain nombre de problèmes, en particulier le planning.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous serez capable d'appliquer un ensemble de modèles de gestion des opérations appliqués à la gestion des stocks, à la gestion des files d'attente et à la cartographie des processus.

Module : Communication et culture III

6 crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants continueront à acquérir des compétences orales et/ou écrites dans une langue étrangère. Ils développeront des connaissances d'une culture différente et apprendront à communiquer dans un contexte multiculturel. De surcroît, pendant le cours de Gestion du risque juridique II, les étudiants mettront l'accent sur les groupes ou chaînes hôteliers complexes qui gèrent plusieurs propriétés. Ils aborderont également des sujets tels les risques juridiques liés à la propriété intellectuelle, ainsi que les franchises et les contrats de gestion dans le cadre global des contraintes environnementales et fiscales.

9322-1BM – Espagnol (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours donnera à l'étudiant(-e) les compétences linguistiques de base en langue espagnole pour établir des échanges simples dans les contextes personnel et professionnel. De plus, l'étudiant(-e) sera capable de s'exprimer dans des conversations courtes et faciles et d'établir des échanges dans des situations professionnelles simples.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous pourrez vous présenter et présenter d'autres personnes, poser des questions et donner des réponses sur des détails personnels de votre vie, de votre entourage et de vos besoins.

9322-2BM – Espagnol (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours d'espagnol consolidera les compétences linguistiques de base, orales et écrites, déjà acquises par l'étudiant(-e) lui permettant de se sentir plus à l'aise dans la communication dans des contextes personnel et professionnel.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez pouvoir vous exprimer avec une certaine spontanéité dans des conversations sur des sujets familiers, en employant des expressions habituelles, et échanger des informations claires et directes sur des tâches habituelles dans des environnements familiers et professionnels; comprendre l'information essentielle des textes écrits et écrire des textes simples et clairs sur des sujets personnels et professionnels.

9322-3IM – Espagnol (Intermédiaire - B1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Cette unité de cours donnera à l'étudiant les compétences pour pouvoir faire face en espagnol à la plupart de situations linguistiques dans la vie quotidienne. L'étudiant(e) s'exprimera sur des sujets d'intérêt personnel avec un niveau acceptable de fluidité. Il ou elle exposera et défendra son point de vue sur des faits, expériences et projets dans des contextes familiers et professionnels.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capables de communiquer de façon efficace dans des situations personnelles et professionnelles habituelles.

9322-4IM – Espagnol (Intermédiaire - B2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Cette unité de cours donnera à l'étudiant les compétences orales et écrites nécessaires pour pouvoir faire face, avec aisance, aux situations personnelles et professionnelles en espagnol. L'étudiant s'exprimera avec un bon degré d'autonomie et participera à des discussions, débats, etc. Il/elle travaillera des textes relatifs à son domaine professionnel et à ses intérêts.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez pouvoir communiquer en espagnol d'une façon cohérente et spontanée, à l'écrit et à l'oral, dans des situations de la vie personnelle et professionnelle.

9322-5AM – Espagnol (Avancé - C1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Cette unité de cours permettra à l'étudiant(-e) de communiquer en espagnol de façon autonome et appropriée, à l'oral et à l'écrit, utilisant des structures complexes dans les différents domaines : social, académique et professionnel. L'étudiant(-e) apprendra à défendre son point de vue de façon spontanée, et à convaincre son interlocuteur avec un langage précis et fluide tant dans l'industrie de l'accueil que dans un contexte d'entreprise.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez pouvoir vous exprimer en espagnol, d'une manière claire et spontanée dans des situations professionnelles complexes.

9323-1BM – Allemand (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours permettra à l'étudiant d'acquérir des compétences linguistiques de base qu'il/elle pourra utiliser dans des situations de la vie quotidienne et professionnelle dans le secteur de l'accueil. L'étudiant sera en mesure de suivre un dialogue simple et de s'exprimer à l'aide de phrases courtes, dans le cadre de conversations simples.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de vous présenter ainsi qu'une tierce personne en utilisant des phrases courtes et simples; vous saurez poser des questions sur une personne et y répondre (par ex. : lieu d'habitation, de travail...).

9323-2BM – Allemand (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours d'Allemand se construit à partir des compétences linguistiques de bases que l'étudiant a déjà acquises, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit. Les situations sont standard, mais les étudiants deviennent plus aptes à intervenir dans des circonstances familières, à exprimer leurs opinions de façon limitée sur des sujets abstraits/culturels ou proposer de l'aide dans un domaine connu.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de participer à des conversations simples à l'oral autour de sujets familiers en utilisant des expressions usuelles; comprendre l'information essentielle donnée par un interlocuteur, des textes courts et gérer des écrits simples dans des situations récurrentes de l'hôtellerie.

9323-3IM – Allemand (Intermédiaire - B1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours d'Allemand donnera aux étudiants les compétences pour gérer une variété de situations du quotidien dans la langue cible. Les étudiants seront capables de s'exprimer sur des sujets d'intérêt personnel avec un degré acceptable de fluidité. Ils pourront exposer et défendre leurs points de vue sur des faits, expériences et projets dans des contextes familiers.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de communiquer dans beaucoup de situations typiques.

9323-4IM – Allemand (Intermédiaire - B2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours permettra aux étudiants d'acquérir les capacités orales et écrites pour communiquer dans maintes situations personnelles et professionnelles. L'étudiant(-e) sera encouragé à communiquer avec un grand degré d'autonomie et à participer activement à des discussions. Il/elle travaillera sur des textes traitant de centres d'intérêts personnels et professionnels afin d'affiner son vocabulaire et d'augmenter la fluidité.

Objectif

Une fois ce cours terminé avec succès, vous devriez être capable de communiquer en allemand de manière cohérente à l'oral et à l'écrit dans des situations de votre vie personnelle et professionnelle.

9323-5AM – Allemand (Avancé - C1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours permettra à l'étudiant de comprendre des textes longs et complexes et de saisir des messages implicites. L'étudiant sera en outre capable d'exprimer avec précision et clarté des idées sur des sujets sociaux, académiques et professionnels. L'étudiant sera capable de rédiger des textes clairs, bien-structurés et détaillés sur des sujets complexes.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous devriez être capable de discuter avec aisance de sujets complexes concernant vos centres d'intérêts professionnels et personnels.

9324-1BM – Mandarin (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours est une introduction au Mandarin pour les étudiants afin qu'ils puissent acquérir des compétences orales, d'écoute, de lecture et d'écriture. Il introduit également les étudiants à une première impression de la Chine et de son histoire.

Objectif

A l'issue de ce cours, vous devriez être capable de vous présenter, ainsi que de présenter d'autres personnes, de poser des questions simples concernant la vie de tous les jours et d'y répondre.

9324-2BM – Mandarin (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Cette unité de cours permettra aux étudiants d'améliorer leurs compétences dans les quatre domaines linguistiques (parler, lire, écrire, écouter). Grâce au travail effectué pendant et en dehors de ce cours, les étudiants seront en mesure de continuer leurs études de mandarin au niveau A2.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de communiquer dans des situations relativement complexes en déployant une palette plus large de vocabulaire, de grammaire et de syntaxe.

9326-1BM – Russe (Débutant - A1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours donnera les compétences linguistiques de base de la langue russe pour que l'étudiant s'exprime dans des situations quotidiennes. L'étudiant apprendra à communiquer à l'écrit comme à l'oral au niveau élémentaire TORFL (Test of Russian as a Foreign Language), équivalent au niveau A1 du CEFR (Common European Framework of Reference for languages). Les étudiants seront aptes à communiquer dans un certain nombre de situations de la vie quotidienne. Ce cours leur apprendra à demander les directions dans une ville, communiquer à l'hôtel, pouvoir se diriger dans les aéroports, et ainsi contribuer à leur formation hôtelière. Enfin, ils auront l'opportunité de découvrir un aperçu de la culture russe et ses principaux grands représentants.

Objectif

Une fois cette unité de cours validée, vous serez capable d'entretenir des conversations usuelles simples.

9326-2BM – Russe (Débutant - A2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

Ce cours consolidera les compétences et les connaissances déjà acquises par l'étudiant dans le cours A1, lui permettant de communiquer à l'oral ou à l'écrit à un niveau A2 selon les normes du Cadre européen commun de référence pour les langues. L'étudiant sera en mesure de communiquer dans davantage de situations de la vie quotidienne et des contextes socioculturels différents. L'étudiant apprendra à lire de petits textes simples de différentes sources, à rédiger des messages courts, à converser dans divers contextes de base (sur la météo, la maison, les boutiques, les hôtels, les chambres d'hôtels, la journée de travail ainsi que ses centres d'intérêt), à utiliser la grammaire afin de formuler des phrases concernant leurs actions passées et futures dans un nombre limité de situations. Ce cours contribuera ainsi à la formation de l'étudiant lorsqu'il commence à travailler dans le milieu hôtelier. En parallèle, l'étudiant continuera à apprendre sur la culture, mœurs et traditions russes.

Objectif

Ayant terminé ce cours avec succès, vous serez capable de communiquer et d'interagir en russe dans un certain nombre de situations en employant un langage simple mais adéquat.

9332IR – Introduction au droit

45 heures de contact – 12.7 crédits US

Résumé

Presque toutes les décisions prises par un manager de l'industrie de l'accueil ont une dimension juridique et peuvent donc entraîner une certaine responsabilité. Dans ce cours, les étudiants seront amenés à prendre conscience des contraintes juridiques auxquelles ils seront confrontés au cours de leur carrière dans différents systèmes juridiques, et quelles bonnes pratiques adopter pour gérer celles-ci. L'accent est mis sur les risques juridiques attachés d'abord à la gestion quotidienne ordinaire d'un établissement de l'industrie de l'accueil tel qu'un hôtel ou un restaurant, puis au développement de structures plus complexes au sein de l'industrie de l'accueil, y compris les contrats de franchise et les mandats de gestion, et ce en partant d'un cadre local avant d'élargir celui-ci au contexte international.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable d'identifier, d'évaluer et de gérer les risques juridiques de base liés aux relations entre les exploitants de l'industrie de l'accueil et leurs parties prenantes dans différents systèmes juridiques.

SEMESTRE 4

Module : Stage

30 crédits ECTS

Pendant le quatrième semestre du programme Bachelor, les étudiants doivent effectuer un stage administratif d'une durée de 24 mois. Celui-ci peut être effectué, par exemple, dans les domaines ou les départements suivants: ventes et marketing, gestion des revenus, relations publiques, finance, ressources humaines. De préférence, le stage sera effectué au sein d'un métier de l'accueil, plus particulièrement dans un des secteurs suivants: hôtellerie/logement, food and beverage, restauration collective (par ex. hôpitaux, éducation), événementiel ou MICE. Cependant, d'autres secteurs ou entreprises peuvent être envisagés à condition qu'ils soient liés au secteur des services : biens de consommation, le luxe, la publicité.

9401SC – Stage

24 semaines – 20 crédits US

Résumé

Pendant ce stage, les étudiants auront l'occasion de mettre en pratique les compétences et connaissances acquises à l'EHL et de découvrir les liens entre ces différentes matières. Les étudiants développeront leur autonomie et leurs compétences en termes de communication lorsqu'ils travaillent de manière indépendante ou en équipe. Ils analyseront leur environnement et les enjeux sociaux et éthiques.

Les étudiants devront mener une réflexion critique sur leur expérience au sein de l'entreprise et de leur équipe.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de fonctionner dans un contexte professionnel au niveau administratif, en faisant preuve des compétences sociales, personnelles et cognitives nécessaires et en y appliquant, de manière appropriée, des compétences théoriques acquises auparavant.

COURS PROGRAMME BACHELOR

ANNEE 3

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 5⁴						
MODULE⁵	ANALYSE D'ENTREPRISE INTEGREE⁶	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9504AC	Corporate Strategy ⁷	A	C	45	3.7	5.5
9501AC	Finance d'entreprise	A	C	45	3.7	5.5
9506AR	Research Methodology OU	A	R	30	2.7	4.0
9507AR	Project Management	A	R	20	1.8	2.5
9508AR	Etude de marché	A	R	10	0.9	1.5
MODULE	ACCUEIL DE GESTION INTEGREE	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9505AC	Real Estate Finance	A	C	30	3.3	5.0
9502AC	Hotel Asset Management	A	C	30	3.3	5.0
9503AC	Capital organisationnel et leadership	A	C	30	3.3	5.0

⁴ Les cours du semestre 5 sont disponibles sur les campus de Lausanne et de Passugg.

⁵ Pour la définition de ce que constitue un module veuillez-vous référer à la dernière page de ce document.

⁶ Pendant le module Analyse d'Entreprise Intégrée, les étudiants doivent choisir entre Research Methodology et Project Management / Etude de marché, selon leur travail de diplôme en semestre 6.

⁷ Les cours Corporate Strategy, Research Methodology, Project Management, Real Estate Finance et Hotel Asset Management sont dispensés en anglais.

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 6						
MODULE	ELECTIFS NIVEAU AVANCÉ	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9601AS	Hotel Planning & Development	A	S	30	2.7	4.0
9604AS	Managing Demand for Optimal Hotel Performance	A	S	30	2.7	4.0
9606AS	Hospitality Mergers & Acquisitions	A	S	30	2.7	4.0
9624AS	Branding - thinking beyond products and services	A	S	30	2.7	4.0
9629AS	Hospitality Experience Management, Maximizing the Guest Experience	A	S	30	2.7	4.0
9632AS	Technology trends in the hospitality industry – Programming skills for businesses	A	S	30	2.7	4.0
9633AS	Decision Making: Techniques for better managerial decisions	A	S	30	2.7	4.0
9607AS	Developing Entrepreneurial Projects	A	S	30	2.7	4.0
9608AS	Innovation Management	A	S	30	2.7	4.0
9611AS	Cross-cultural Hospitality Management	A	S	30	2.7	4.0
9612AS	Digital Marketing	A	S	30	2.7	4.0
9614AS	Wine Economics & Finance	A	S	30	2.7	4.0
9615AS	Portfolio Management	A	S	30	2.7	4.0
9616AS	Hospitality Luxury Brand Management	A	S	30	2.7	4.0
9618AS	Influence & Leadership : Negotiation & Communication Tools	A	S	30	2.7	4.0
9622AS	Strategic Hotel Investments	A	S	30	2.7	4.0
9623AS	Creating the Future of Food Service	A	S	30	2.7	4.0
9625AS	Big Data Strategy for the Hospitality Industry	A	S	30	2.7	4.0
9626AS	Crisis/Strategic Communication	A	S	30	2.7	4.0
9627AS	Corporate Social Responsibility and Sustainable Innovations	A	S	30	2.7	4.0
9630AS	Strategies for Commercial Real Estate Assets	A	S	30	2.7	4.0
9631AS	People analytics	A	S	30	2.7	4.0
MODULE	TRAVAIL DE DIPLOME	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CREDITS US	CREDITS ECTS
9620SC	Projet étudiants-entreprise OU	S	C	-	12	18
9621SC	Mémoire	S	C	-	12	18

*Pour la définition de ce que constitue un module veuillez-vous référer à la dernière page de ce document.

*Les étudiants devront choisir 3 électifs parmi la liste. Tous les électifs sont enseignés en anglais.

SEMESTRE 5

Module : Analyse d'entreprise intégrée

15 crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprendront à analyser et à proposer des améliorations aux processus de service liés à toutes les étapes de la chaîne de valeur afin d'accroître la valeur ajoutée de l'entreprise. Les étudiants intégreront des connaissances acquises lors des semestres précédents en vue de développer et d'analyser des stratégies d'entreprise, d'évaluer et de mettre en œuvre des bilans financiers et de valoriser la contribution des actifs immobiliers aux activités d'exploitation d'une entreprise.

A l'issue de ce module, les étudiants seront en mesure d'optimiser les opérations financières d'un établissement en accord avec ses orientations stratégiques. Ils auront analysé et identifié les différentes sources de financement et leur pertinence avec la stratégie de l'établissement. Les étudiants auront appris à analyser et à recommander les meilleures options immobilières et financières en fonction des besoins stratégiques.

9504AC – Corporate Strategy

45 hours of contact – 3.7 US credits

Résumé

Students will learn to formulate a strategic assessment within a given context and define the appropriate strategic actions to implement. To do so, they will learn to analyze a given industry, its markets and to spot changes in the economic backdrop and within the hospitality landscape. In addition, they will be able to use analysis tools and the research they have done to evaluate recent strategic decisions made by companies in the sector.

Throughout the module, students will be required to apply the theoretical concepts seen in class to case studies involving companies in the hospitality industry. They will also be evaluated on group presentations they prepare and deliver on companies, which will enable them to better comprehend the strategic fundamentals seen in class.

Objectif

Upon successful completion of this unit you should have acquired the necessary competences to construct and appraise strategic decisions required at the corporate level of hospitality organizations.

9501AC – Finance d'entreprise

45 heures de contact – 3.7 crédits US

Résumé

L'objectif de ce cours est de fournir aux étudiants les outils nécessaires pour évaluer les décisions d'investissement aussi bien au niveau d'une entreprise qu'au niveau personnel. Les étudiants commenceront par étudier le fonctionnement des marchés financiers et les moyens par lesquels les entreprises peuvent lever des fonds pour se financer. Ils examineront également les méthodes permettant d'identifier les projets d'investissements qui créent de la valeur. Ils évalueront ensuite les prix, les rendements, ainsi que le risque des obligations et des actions. Finalement, les étudiants analyseront comment valoriser des projets et des entreprises dans leur ensemble.

Objectif

Après avoir réussi ce cours, vous serez capables d'évaluer si une compagnie prend des décisions d'investissement et de financement appropriées.

9506AR – Research Methodology

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

This unit will introduce thesis students to the research process, and give them the skills needed to conduct their own research projects.

Objectif

After successfully completing this course, you should be able to create and implement a research project from problem definition, to methodological design, to data analysis, to the interpretation of findings. The end-result of such a project should be better information which should facilitate improved decision-making.

9507AR – Project Management

20 heures de contact – 1.8 crédits US

Résumé

This course provides a solid grounding in project management. It equips participants with a framework and the tools and techniques necessary for successful project management, directly applicable to the student business projects (SBPs) and beyond.

Participants will learn how to apply proven techniques and use the principles over the life of a project, from beginning to end. This will include the initial project definition, planning and estimating, stakeholder management and communication, risk and issue management.

This will help participants avoid project pitfalls and maximize the chance of projects' success.

Objectif

Upon successful completion of this course participants should have acquired the necessary project management competences to manage a small business project.

9508AR – Etude de marché

10 heures de contact – 0.9 crédits US

Résumé

Le cours étude de marché fournira aux étudiants les principales méthodes à appliquer lors d'une étude de marché. L'objectif est d'acquérir les outils d'aide à la décision afin de bien mener le projet de fin de diplôme étudiants - entreprise (SBP). L'objectif principal de ce cours est de donner aux étudiants une compréhension de la façon dont les études de marché peut les aider à prendre des décisions et comment ils peuvent transformer les résultats de recherche dans actions concrètes. Le cours vise également à aider les étudiants à acquérir la capacité d'évaluer et d'interpréter la recherche conçue par des prestataires extérieurs.

Pendant le cours, les méthodes de recherche vont être présentées, tels que, les interviews et les focus groupes. Les étudiants auront la possibilité de définir un problème d'entreprise, élaborer un plan de recherche, collecter et analyser les données et les résultats actuels et leurs implications comme un projet de classe.

Objectif

À la fin de ce cours, vous devriez avoir acquis la capacité de développer un plan de projet ainsi qu'une compréhension des principaux outils et techniques des études de marché.

Module : Accueil de gestion intégrée

15 crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprendront à analyser, gérer et améliorer les processus de service liés à toutes les étapes de la chaîne de valeur afin d'accroître la valeur ajoutée de l'entreprise. Les étudiants intégreront des outils et des connaissances acquis lors des semestres précédents en vue d'optimiser l'efficacité opérationnelle d'un établissement du secteur de l'accueil. Les étudiants analyseront et définiront la structure et le leadership d'un établissement du secteur dans l'optique de contribuer à la réussite organisationnelle de l'établissement.

A l'issue de ce module, les étudiants auront une vue d'ensemble de tous les processus organisationnels et seront à même d'optimiser les processus individuels en se servant des outils de gestion d'actifs tout en gardant à l'esprit les orientations stratégiques de l'entreprise. Ils auront analysé et développé différentes structures organisationnelles qui contribuent à la réalisation des objectifs stratégiques de l'établissement. De surcroît, les étudiants analyseront et exécuteront un plan de leadership au sein de l'établissement.

9505AC – Real Estate Finance

30 heures de contact – 3.3 crédits US

Résumé

This course reconciles salient key concepts from earlier finance, accounting and economics courses in the context of hotel real estate. Topics in hotel appraisal, financing, investment and development are approached from several angles. Real estate theory is blended with extensive application of financial tools and basic econometric methods. Fundamentals of capital structuring, cap rate and hotel appraisal are discussed with realistic examples and exercises. Students go through in-depth analysis of debt capital using the concepts of effective borrowing cost, refinancing and alternate mortgage instruments. Students apply these concepts to leveraged investment analysis.

Objectif

On successful completion of this course students will be able to apply appropriate analytical tools to arrive at financially sound real estate decisions related to mortgage financing and equity investment.

9502AC – Hotel Asset Management

30 heures de contact – 3.3 crédits US

Résumé

A crucial role for today's senior hotel professionals is to enhance value for a hotel owner. This is a practical hotel industry course, using real life experiences and examples to provide an understanding of the key revenue and profit drivers for all of the various operating units in a hotel, as well as how to identify opportunities to create value through investment, sales strategies, cost control/productivity, branding options and contract management.

Objectif

On successful completion of this course you will be able to recommend and prioritize hotel investment decisions to drive value.

9503AC – Capital organisationnel et leadership

30 heures de contact – 3.3 crédits US

Résumé

Le capital organisationnel est un facteur clé de la performance de toute entreprise. On attend des leaders travaillant dans l'industrie hôtelière qu'ils mènent leurs collaborateurs de manière efficace. Il est donc primordial que les étudiants acquièrent les connaissances et les compétences nécessaires pour devenir des leaders dans des environnements complexes. Ceci inclut la compréhension des défis majeurs liés à une dynamique organisationnelle conduisant à une haute performance sur le lieu de travail. Ces défis sont : la mise en place d'une structure et d'une culture organisationnelles, ainsi que la gestion du changement et de la diversité.

Objectif

Suite à la réussite de ce cours, vous devriez être en mesure d'appliquer les principales théories vues en classe pour évaluer et résoudre les problèmes liés à la structure, la culture et au changement organisationnels.

SEMESTRE 6

Module : Electifs niveau avancé

12 crédits ECTS

Dans ce module, les étudiants apprendront à analyser, gérer et améliorer les processus liés au service à travers la chaîne de valeur afin d'ajouter de la valeur à l'entreprise. Les étudiants vont étendre leurs connaissances acquises lors des précédents semestres à des défis organisationnels avec une compétence de spécialiste dans le domaine désiré.

9601AS – Hotel Planning & Development

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Have you ever wondered what it is like to be developing hotels in a highly competitive dynamic, global arena? This elective offers students the opportunity to learn about the mechanics of the hotel development process, from evaluating hotel sites to negotiating commercial contract terms.

Objectif

On successful completion of this course you will be able to demonstrate comprehension of the global hotel development arena in terms of brands, business models and market expansion strategies.

9604AS – Managing Demand for Optimal Hotel Performance

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

This course will challenge students to break down the often conflicting commercial silos of a hotel organization, namely, in the areas of Asset Development & Management, Demand Generation (Sales, Marketing and Distribution), Online Marketing, Demand Optimization (Revenue, Price & Inventory Management) and Communication & Neuro-Linguistic Programming (NLP). Students will be immersed in an integrated five day program led by SnapShot's Education Team and industry experts. A live case study will provide students with real-world application of the competences acquired in the course.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to evaluate different aspects of hotel performance to make fiscally sound management decisions.

9606AS – Hospitality Mergers & Acquisitions

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The objective of this course is to undertake a rigorous presentation of the strategic and financial rationales, valuation methodologies and transaction considerations and tactics followed by industry participants and financial institutions (such as private equity firms) to acquire or sell hospitality businesses. Students will learn about deal process management and review key commercial and legal terms in connection with public offers and private transactions.

Objectif

On successful completion of this course, you will be able to (i) analyze and assess strategic rationales by strategic and financial players as regards to mergers and acquisitions (M&A) transactions and other corporate activity in the hospitality sector, (ii) apply valuation methodologies and analytical tools to assess the value of a company, and (iii) identify and deal with key issues surrounding the negotiating, financial and legal processes implied by these transactions.

9624AS – Branding - thinking beyond products and services

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Storytelling is often praised as the ultimate marketing tool. Whether it is to advertise a product, motivate your employees or rally people behind a common cause. In the hospitality industry, many hotels are turning to storytelling in search for a solution to rising OTAs' commissions, growth of Air BnB and changing customer behavior. But what is a "brand story" exactly, how do you develop a great one and to implement it? In this elective you will develop a deep understanding of the power of storytelling in business and yourself. You will learn how to think a story beyond product/services features and concretely craft a complete product/service narrative using the Brand Story Canvas™.

Objectif

On successful completion of this course, you will be able to understand the historical and theoretical ramifications of brand storytelling, learn about the 7 components that are part of every story, learn to use the Brand Story Canvas™ to develop brand stories for future independent work, understand the role of graphic design and copywriting to express brand stories, learn to "convert" a brand story into a tangible hospitality experience, learn how to develop an editorial guideline to bring a brand story to life through content, be able to recognize storytelling patterns in everyday communication and advertising, discover case studies about brands in and outside the hospitality industry such as Freeletics, Shinola, Moleskine and more, and to discover a teaser into personal branding.

9629AS – Hospitality Experience Management, Maximizing the Guest Experience

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The course will give the students a valuable insight to what they need to know in regards to making sure that your operation is in perfect shape to withstand and mitigate any risk that a hotel owner/GM faces daily. In today's world, a perfect experience can be magnified with a single mobile device, and online reviews have increased the demand for excellence and commitment towards Risk.

The course will provide the students an insight into International Management Systems and other certification programs from the perspective of a certification body.

Objectif

On successful completion of the course, you should be able to identify the main risks in a property and analyze the corrective actions to take in case of an incident. You will also learn to apply measures to reduce the consumption of energy and resources in a property, to apply measures to be more environmentally friendly, and to understand the key measurements of Corporate Social Responsibility.

9632AS – Technology trends in the hospitality industry - Programming skills for businesses

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Information Technology (IT) applications have become an essential part of hotel operations, as well as a core subject in many international hospitality and non-hospitality-related universities.

Many companies have been showing growing interest in hospitality schools' students having a better preparation in the areas of "using spreadsheet programs", "presenting data in an efficient manner", and "analyzing numerical data with computers".

This course will cover programming fundamentals like Object Model Programming, Variables and Data Types, Procedures and Iterations, Debugging, and many other concepts. A course for future Data Analysts, Accountants, Finance Analysts, Market Research Analysts, Big Data Analytics Architects, but also any person interested in programming, as this is a transferable knowledge that can be applied to many other activities.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be tapping into the powerful programming, automation, and customization capabilities of Visual Basic for Applications.

By learning these essential techniques, you will be able to solve real-life cases more creatively, create automate procedures and use numerical techniques to create "live solutions", to solve targeting, and optimization problems.

9633AS – Decision Making: Techniques for better managerial decisions

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

This elective will introduce students to decision theory and behavioral science, covering both academic and practical insights. By the end of the course, students will be better equipped to structure and take better, unbiased management decisions. It aims to cover: background to decision theory and behavioral insights and why they matter; decision theory in action; behavioral insights in hospitality. The course will link theory and application, through relevant data and real-life experience and case studies from hospitality and other industries to enable practical application of the academic insights.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to better structure decisions with reference to key tools and insights, articulate key biases preventing effective decision making, recognize and learn to avoid biases in decision making, understand the behavioral insights underpinning biases, and improve business performance by applying behavioral insights to corporate situations.

9607AS – Developing Entrepreneurial Projects

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The purpose of this course is to allow student to master the different steps that are necessary to develop an entrepreneurial project. These steps rely on the application and integration of interdisciplinary concepts that have been learned in previous classes (marketing, finance, strategy and operations). The course helps also to assess the factors that favor the emergence of business opportunities and the abilities entrepreneurs need to demonstrate in order to capture them.

Objectif

After having succeeded this course, you should have acquired the necessary competencies to identify opportunities, analyze entrepreneurial projects and the capacity to write a professional business plan. You will understand how to assess and develop your entrepreneurial capacities.

9608AS – Innovation Management

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

In this case study-based elective, we will discuss the strategic role that innovation plays in today's business environment. We will use frameworks and identify 'best practices' in innovation management by investigating the real-world challenges that established companies and startups face when trying to create and sustain competitive advantage. Beyond hotels and restaurants, we will look at business stories coming from the world of cosmetics, electronics, software, toys, and fashion. The key concepts we will cover include: business model innovation, new product development processes, lead user method, job-to-be-done approach, lean startup, disruptive innovation, scenario analysis, real options, diffusion of innovations, and design thinking.

Objectif

Upon successful completion of this course you will be able to apply the key concepts of innovation theory to a variety of business contexts.

9611AS – Cross-cultural Hospitality Management

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The hospitality industry undergoes permanent changes and its dynamics such as new destinations/stakeholders, emerging global/local specificities and innovative trends make the hospitality sector more and more complex. This course will focus on hospitality management from a socio-anthropological perspective that will develop socially and culturally responsible competences for the students as future hotel managers.

Objectif

On successful completion of the course you should be able to use practical and theoretical concepts drawn from sociocultural studies in order to propose solutions of cross-cultural hospitality management.

9612AS – Digital Marketing

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Digital marketing provides, firstly, a foundation for how and why new digital media are changing the marketing landscape. These media, e.g. the internet, mobile devices, are changing the marketing concepts of time, distance, experience and social connections. Students will investigate the opportunities, threats and issues that impact on this digital environment and further review the role of the Internet, and other technologies, on the marketing mix of hospitality products and services in creating value propositions for customers and strategic opportunities and competitive advantage for organization by extending and developing new e-business models. Students will build on critical areas, such as an improved quality of the

digital experience, and exploit strategic opportunities to provide personalization and dynamic interaction with the customer. Students will further explore the implications of implementing a digital marketing strategy.

Objectif

On completion of this unit, you should be able to evaluate the impact of the digital environments within the hospitality-marketing environment.

9614AS – Wine Economics & Finance

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The goal of this course is to provide students with the necessary tools to examine the functioning of the market for fine wines and to rigorously analyze the performance of a fine wine investment. Students will first explore the world most renowned wine producing regions and study the specificities of the wines produced in each of these regions. They will study how fine wines are initially released on the market (primary market) and how they are subsequently traded (secondary market). Students will then review the determinants of wine prices and investigate the performance of an investment in fine wines. This analysis will include a review of financial tools that are commonly used for performance assessment. In the last part of the course, students will have to deal with specific, yet crucial, issues that are related to wine investments.

Objectif

On successful completion of this course, you will be able to analyze the most important economic issues affecting the market for fine wines. You will also be able to propose and assess the performance of investment strategies involving wines (and possibly other alternative assets).

9615AS – Portfolio Management

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The objective of this course is to undertake a rigorous presentation of the portfolio construction techniques, asset allocation processes and investment strategies adopted by various financial institutions to manage the wealth of private and institutional clients. Students will learn about the impact of different combinations (portfolios) of risky investments on risk and return.

Objectif

On successful completion of this course, you will be able to make recommendations to private or corporate clients on asset allocation and fund selection to maximize performance per unit of risk.

9616AS – Hospitality Luxury Brand Management

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

By the end of this elective students will have acquired a real understanding of the concept of luxury, the key rules and characteristics that define it and how to recognize and apply these in the context of the hospitality and services industry. They will have learned how to market luxury brands based on a luxury marketing model following specific rules that define it vs. traditional marketing approaches; and the strategic choices required to follow a luxury strategy vs. a premium or fashion model. Students will learn how to respond to challenges facing luxury brands in view of the social, cultural and economic changes affecting the luxury industry globally, democratization and the emergence of new definitions of luxury.

Objectif

On completion of this course, you will be able to recommend strategies and solutions for the branding, marketing and communications of luxury goods and services.

9618AS – Influence & Leadership: Negotiation & Communication Tools

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

As future managers, students will need to be able to put in place relevant strategies of influence and persuasion. Knowing how to use these strategies will help students develop leadership skills and will be useful in negotiation and communication situations. The development of competences related to influence and persuasion will boost students' performance whether communicating or engaged in negotiations. Furthermore, students' social and personal skills will also be developed, thus enhancing their leadership abilities. Indeed, leadership is defined as the ability to motivate and bring people together, but the ability to influence and negotiate is also an essential part of being a successful leader.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to evaluate influence situations and select the appropriate tools and strategies to leverage your leadership skills.

9622AS – Strategic Hotel Investments

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

In this course, students are put through a bespoke multi-day experience that simulates the real world of hotel investment. The students will use concepts in a series of interactive in-class role-playing games during which they will act as hotel owners, developers and/ consultants and during which they will receive coaching/feedback from visiting executives who actually do this in the real world. The course teaches students how to think about financial numbers, not how to calculate them. The focus is on teaching students how to think and act like hotel owners and real estate investors in a fun, innovative and challenging way.

Objectif

On successful completion of this course, students will have developed the appropriate competencies required to compete in the international lodging industry and appreciate the practical implications of their decisions.

9623AS – Creating the Future of Food Service

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

The course focuses on the understanding and application of the basics of the experience economy theory. Topics include: values systems, business models, co-creation and experience innovation, techniques against non-creativity, and new product and service development. The two central questions underlying the motivation for this course are: How could hospitality businesses shift their focus away from services and onto experiences and how can these experiences and networks be managed in order to promote experience innovation through co-creation? Prahalad and Ramaswamy's theory of experience innovation will play a vital role in the pursuit of answering these questions. Students will further explore the implications of developing a new experience space for a "real" client.

Objectif

Upon successful completion of this course you should be able to conceptually discuss the shift from value creation as value-in-exchange (i.e. value is embedded in goods and services) to value-in-use (i.e. value is in the use of goods and services), critically appraise the role of experiences as distinct economic values in the form of personally engaging events that remain memorable for the customers, apply the notion of networks as locus of competence and the notion of the experience space as the locus of innovation in a "real" client setting.

9625AS – Big Data Strategy for the Hospitality Industry

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Nowadays data become the most important source of innovation, value creation and business development. Companies that use big data analytics improve the quality of their strategic decisions and are five times more likely to make decisions faster than their competitors. The main objective of this course is to learn how to make decisions for business growth based on the data. The process of how to transform intelligent data to an actionable decision and create value for the clients will be developed in this course as well as the concepts of big data ecosystem, data management, visualization and predictive analysis.

Objectif

On successful completion of this course you will discover how Big Data tools can be used to enhance business performance. Students will develop a big data strategy and identify the key performance indicators for performance monitoring, apply the main predictive analysis methods (sentiment analysis and clustering analysis for market segmentation) using Big data Software, analyze extracted unstructured data from social networks to develop customer insights, recognize how to make an actionable decision based on the process from the data identification and analysis to valuable insight creation.

9626AS – Crisis/Strategic Communication

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

In a world wrought with negative comments and online reviews, a company's reputation is only as good as its communication. Companies like Enron and Volkswagen both endured a crisis, but one went bankrupt while the other is thriving. What made the difference in these cases? Communication. Just recently, Tesla's reputation has suffered from reports of mass firings and racial discrimination. No company is immune to crisis, but it is the manner in which they react to it that will make a difference. In the workplace, our students (and future managers) will be faced with crises, both natural and human-made and they will need to have the skills to deal with them.

This course is designed to help students learn how to best communicate in the time of crisis and strategically keep their reputation intact. In groups, students will be presented with a crisis which they have to manage over 5 weeks, resulting in a comprehensive and thorough communication plan. This plan will detail all of the oral and written communication channels in a logical order which are necessary in the case of crisis.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to choose the most effective communication channels and messages to address a crisis situation in a timely and appropriate manner.

9627AS – Corporate Social Responsibility and Sustainable Innovations

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Traditional hospitality management can be overly short-term focused, so understand how to tie corporate social responsibility (CSR) and sustainability to long-term success indicators is of utmost importance for successful leaders. This course addresses one of the most pressing issues facing our industry today: how to develop innovative sustainable business models and solutions to challenges in relation to the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) and the Quadruple Bottom Line approach: planet, people, profit and purpose. The course will provide a forum, on the one hand, to discuss applied innovative subjects and, the other, options to help students understand – no matter which side of the debate they are on – how to engage with relevant actors to establish common ground and produce positive outcomes for the future. The course will include lectures, a series of experienced executives as guest speakers, interactive case discussions, and visits to leading-edge sustainable companies and research labs.

Objectif

On successful completion of the course you should be able to propose both practical and theoretical solutions for the company that is seeking for responsible and sustainable operations and strategy: Understanding how hospitality and tourism stakeholders act, influence and contribute to CSR and sustainability, analyzing companies' CSR strategies and proposing sustainable and innovative solutions to improve their actions, critically reflecting on hospitality and tourism organizations and their eco-innovation management, in order to be able to understand the field of sustainable business models, and applying and further developing diverse theoretical approaches available in the academic fields studying ethics, social responsibility, sustainable business models and innovation.

9630AS – Strategies for Commercial Real Estate Assets

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

Do you want to be able to make informed decisions about diverse real estate investment opportunities or projects, and understand the best ways to evaluate and support these decisions?

Would you like to expand your general real estate knowledge - learn about different real estate asset classes, specific analytical tools, such as IPMS, CRS certifications, BIM, etc.?

This course evaluates strategies for managing assorted real estate asset classes.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to effectively and ethically evaluate asset management strategies concerning commercial real estate.

9631AS – People analytics

30 hours of contact – 2.7 US credits

Résumé

People constitute the most important asset of every organization. Unfortunately, they are very often perceived as costs instead of assets and management makes people-related decisions in hiring, training and retaining most of the time intuitively instead of relying on evidence-based approaches. There is now a renewed business interest in people analytics which refers to the systematic and scientific process of applying quantitative or qualitative data analysis methods to create insights that shape and inform employee-related business decisions and performance. The aim of this new discipline is to help companies get a competitive advantage. In this course, students will learn the foundations and tools from people analytics to make appropriate business decisions. Here are some examples of questions that could be answered through people analytics: “Should we increase the number of selection interviews per candidates in order to increase the quality of our hires?”, “Is It worth that our company invests money in trying to reduce turnover?” or “How expensive is it to have bad leaders in our company?”.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to make appropriate business recommendations and decisions by taking into account people analytics. More precisely, you will be able to select relevant data, perform the right statistical analyses and communicate the results in a meaningful and accessible way to internal and external stakeholders.

Module : Travail de diplôme

18 ECTS crédits

9620SC – Projet étudiants-entreprise

9 semaines – 12 crédits US

Résumé

Pendant ce module, les étudiants vont travailler en groupes de six sur un mandat de consulting junior pour des entrepreneurs ou des organisations bien implantées.

En fonction de la mission confiée par le client, les étudiants seront responsables de définir le cadre du projet, son planning, ainsi que son exécution sous l’égide d’experts et de professeurs. Des projets types peuvent, par exemple, inclure le développement des concepts, d’une stratégie marketing et financière ainsi que la création d’événements.

Dans tous les cas, les étudiants devront mettre en œuvre ou exécuter une méthodologie de recherche de marché afin d’appuyer leurs recommandations. Pour chaque projet, un certain nombre d’éléments seront à livrer tels que : le cadre du projet et un accord, une présentation en cours du semestre et une présentation finale, et un rapport final.

Objectif

A la fin de ce module, vous aurez développé une démarche compréhensive au développement de projet et à la gestion de la relation client. Vous aurez appris à mettre à contribution l’ensemble de vos connaissances, vos outils ainsi que vos acquis développés pendant vos cursus d’études et les appliquerez en situation réelle.

9621SC – Mémoire

9 semaines– 12 crédits US

Résumé

Sous la supervision des professeurs, les étudiants rédigeront un projet de recherche indépendant et scientifique en lien avec une problématique dans le domaine du secteur de l’accueil. En commençant avec une revue globale de la littérature, les étudiants devront formuler une hypothèse de recherche et se serviront des méthodes statistiques pertinentes afin de la confirmer ou de la rejeter. Sans faire l’objet d’une étude aussi approfondie qu’une dissertation, le mémoire sera l’aboutissement d’une réflexion importante et devra être défendu devant un jury de professeurs.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous devriez être capables d’identifier les sources d’information et de données fiables et d’utiliser des connaissances conceptuelles existantes afin de construire des arguments solides.

MASTER OF SCIENCE HES-SO IN GLOBAL HOSPITALITY BUSINESS

Les détails du programme Master of Science HES-SO in Global Hospitality Business sont disponibles dans la version anglaise du catalogue du cours.

EXECUTIVE MBA IN HOSPITALITY MANAGEMENT

Les détails du programme Executive MBA in Hospitality Management sont disponibles dans la version anglaise du catalogue du cours.

MBA IN HOSPITALITY

Les détails du programme MBA in Hospitality sont disponibles dans la version anglaise du catalogue du cours.

DEFINITION D'UN MODULE

Selon les exigences de la Déclaration de Bologne qui s'appliquent à toutes les universités européennes, un programme d'études doit être structuré sous forme de modules. Un module comprend un ou plusieurs objectifs d'apprentissage. L'EHL offre deux types de modules: les modules intégrés et les modules non-intégrés. Les modules non intégrés réunissent un ensemble de cours entièrement indépendants. Les modules intégrés comprennent un ensemble de cours qui traitent tous de la même question centrale.

Les critères suivants permettent de définir le niveau du module selon les Accords de Bologne :	Trois catégories permettent de définir le type de module :
B - Basic Level Course: Module d'introduction aux concepts de base d'une discipline	C - Core Course: Module correspondant à la discipline principale d'un programme d'études
I - Intermediate Level Course: Module d'approfondissement des concepts de base	R - Related Course: Module servant à étayer la discipline principale
A - Advanced Level Course: Module de promotion et de renforcement de la compétence disciplinaire	M - Minor Course: Module facultatif ou complémentaire
S - Specialised Level Course: Module d'acquisition de connaissance et d'expériences dans un domaine spécialisé	