



The following Motions and Documents were considered by the GFC Academic Planning Committee at its Wednesday, February 25, 2015 meeting:

---

Agenda Title: **University of Alberta (Faculty of Graduate Studies and Research and Faculty of Science) and Universiti Putra Malaysia (UPM) Co-Tutelle (Dual) Doctoral Degree Graduate Program Proposal**

CARRIED MOTION: THAT the GFC Academic Planning Committee table the proposal for a Co-Tutelle (Dual) Doctoral Degree Graduate Program between the University of Alberta's Faculty of Graduate Studies and Research and Faculty of Science and Universiti Putra Malaysia (UPM).

---

Agenda Title: **Centre collégial de l'Alberta's Proposed French-Language Tourism Management Diploma Program**

CARRIED MOTION: THAT the GFC Academic Planning Committee approve, under delegated authority from General Faculties Council, the proposed French-language Tourism Management Diploma Program, as submitted by the Centre collégial de l'Alberta (in cooperation with Faculté Saint-Jean) and as set forth in Attachment 1, to take effect in September, 2015.

Final Item: 5.

---

**OUTLINE OF ISSUE**

Agenda Title: **Centre collégial de l'Alberta's Proposed French-Language Tourism Management Diploma Program**

**Motion:** THAT the GFC Academic Planning Committee approve, under delegated authority from General Faculties Council, the proposed French-language Tourism Management Diploma Program, as submitted by the Centre collégial de l'Alberta (in cooperation with Faculté Saint-Jean) and as set forth in Attachment 1, to take effect in September, 2015

**Item**

|                  |                                                                                                                                                                                                       |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Action Requested | <input checked="" type="checkbox"/> Approval <input type="checkbox"/> Recommendation <input type="checkbox"/> Discussion/Advice <input type="checkbox"/> Information                                  |
| Proposed by      | Centre collégial de l'Alberta and Faculté Saint-Jean                                                                                                                                                  |
| Presenters       | Brenda Leskiw, Associate Vice-Provost (Academic Programs and Instruction); Denis Fontaine, Assistant Dean (Academic Support), Campus Saint-Jean; Kate Peters, Director, Centre collégial de l'Alberta |
| Subject          | The approval of a French-language Tourism Management Diploma program at Centre collégial de l'Alberta                                                                                                 |

**Details**

|                                                     |                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsibility                                      | Provost and Vice-President (Academic)                                                                                                                                               |
| The Purpose of the Proposal is (please be specific) | The purpose of this proposal is to offer a French-language Tourism Management Diploma program at Centre collégial de l'Alberta and online (in cooperation with Faculté Saint-Jean). |
| The Impact of the Proposal is                       | To provide students with the opportunity to pursue a French-language diploma-level program that will prepare them for a career in Alberta's growing tourism industry.               |
| Replaces/Revises (eg, policies, resolutions)        | N/A                                                                                                                                                                                 |
| Timeline/Implementation Date                        | September, 2015.                                                                                                                                                                    |
| Estimated Cost                                      | \$2.7 million over six years.                                                                                                                                                       |
| Sources of Funding                                  | Alberta Innovation and Advanced Education (IAE).                                                                                                                                    |
| Notes                                               | N/A                                                                                                                                                                                 |

**Alignment/Compliance**

|                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alignment with Guiding Documents                                                                                                                 | <i>Dare to Discover, Dare to Deliver</i> ; University of Alberta Comprehensive Institutional Plan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Compliance with Legislation, Policy and/or Procedure Relevant to the Proposal (please quote legislation and include identifying section numbers) | <p>1. <b>Post-Secondary Learning Act (PSLA):</b> General Faculties Council (GFC) has responsibility, subject to the authority of the Board of Governors, over academic affairs. (Section 26(1)) and student affairs (Section 31). GFC may make recommendations to the Board of Governors on a number of matters including the budget and academic planning (Section 26(1)(o)). GFC delegates its power to recommend to the Board on the budget and on new or revised academic programs to the GFC Academic Planning Committee (APC).</p> <p>2. <b>GFC Academic Planning Committee Terms of Reference (Section 14/Diploma Programs Offered by Centre collégial de l'Alberta de l'University of Alberta):</b> "GFC delegates to APC the sole authority to consider and approve proposals from Centre collégial de l'Alberta de l'University of Alberta for the establishment of or termination of diploma programs (including all admission/transfer, academic</p> |

**FINAL Item No. 5**

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | standing/graduation, and related matters) to be offered by this unit. Where a new funding model is proposed for a new or existing diploma program, however, APC will forward the proposal (with recommendation) on to the appropriate standing committee of the Board of Governors.” |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Routing** (Include meeting dates)

|                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Consultative Route<br>(parties who have seen the proposal and in what capacity) | Kathleen Brough, Senior Administrative Officer, Office of the Provost and Vice-President (Academic);<br>Brenda Leskiw, Associate Vice-Provost (Academic Programs and Instruction);<br>Community Advisory Body, Centre collégial de l’Alberta, April 3, 2012 |
| Approval Route (Governance)<br>(including meeting dates)                        | GFC Academic Planning Committee (February 25, 2015) – for final approval                                                                                                                                                                                    |
| Final Approver                                                                  | GFC Academic Planning Committee                                                                                                                                                                                                                             |

Attachments (each to be numbered 1 - <>):

1. Attachment 1 (pages 1 – 90) - Centre collégial de l’Alberta’s Proposed French-Language Tourism Management Diploma Program

*Prepared by:* Kate Peters, Director, Centre collegiale de l’Alberta, [k.peters@ualberta.ca](mailto:k.peters@ualberta.ca)

## Proposal Template Diploma, Certificate and Non-credential Programs

*The following template outlines the information required by Enterprise and Advanced Education to support its comprehensive review of proposals for new certificate, diploma and non-credential programs and new specializations in existing certificate, diploma and non-credential programs.*

*The guiding premise of the review is to ensure that the program adds value to Campus Alberta. The review will focus on the institution's assessment of student and employer demand; the situation of the program in the context of Campus Alberta; the financial viability of the program, including implications for students and taxpayers; and dimensions of program quality.*

### Basic Information

|                                     |                                                        |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Institution</b>                  | <b>University of Alberta</b>                           |
| <b>Program/specialization title</b> | <b><i>Gestion touristique</i> (Tourism Management)</b> |
| <b>Credential awarded</b>           | <b><i>Gestion touristique</i> Diploma</b>              |
| <b>Proposed Implementation Date</b> | <b>September 2015</b>                                  |

### SECTION 1: PROGRAM OVERVIEW

#### 1.1 Type of Initiative

*New French-language diploma program to be offered through the Centre collegial de l'Alberta*

#### 1.2 Program Description

In this proposal, approval is sought to offer a two-year Tourism Management College Program (*Gestion touristique*). The Tourism Management program will be of interest to all French-speakers including Francophone, French immersion and Core French high school graduates, to adults with a good knowledge of French and in pursuit of professional development or career reorientation, newcomers to Alberta and rural Albertans wishing to promote tourism development in their communities (this may include people who have retired or are switching careers).

Course delivery will be through a hybrid model of delivery in order to permit effective collaboration with partner institutions in the delivery of the program and in order to offer the program through distance education.

The curriculum content will focus on the development of capabilities in the following areas:

- Tourism Product Development and Marketing
- Guiding, Giving Tourist Information
- Convention and Event management
- Business Communication
- Principles of Management
- Communication technology
- Heritage and Food tourism
- Sustainable tourism

The *Gestion touristique* Program is unique in Alberta as it will develop multi-lingual tourism professionals with solid management and tourism development skills. *Gestion touristique* offers product development training (a skill offered by very few colleges in Canada), it provides a unique career opportunity mix between guiding, providing tourism information in an information office or a hotel, organizing events, product development, product sales and marketing, sustainability and it allows for a diversified career path.

Collaboration with Campus Alberta and Canadian institutional partners will be key for program success. Partnership agreements will allow students to complete some of the program requirements at Olds College and Cégep de Matane, and preliminary discussions with Grande Prairie Regional College and Bow Valley College suggest similar agreements will be possible with those institutions. These collaborations will allow the program to better serve French-speakers throughout the province. Other Cégep institutions with Tourism programs may also be approached to collaborate on work experiences or student exchanges.

Appendix A and B for course related information.

### 1.3 Enrolment Plan

*Include assumptions and explanatory notes (e.g., attrition, part-time enrolment). Also:*

- *If program implementation will occur over a number of years, provide data for each year to full implementation.*
- *If internal reallocation of existing resources is proposed, describe any anticipated decrease in enrolment in other programs that would result.*

| Proposed Enrolment                  | Year 1 | Year 2 | Year 3 | Year 4 | Year 5 | Annual Ongoing |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| <b>Total head count</b>             | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0              |
| • Full-Time Year 1                  | 15     | 15     | 15     | 15     | 15     | 15             |
| • Full-Time Year 2                  | 0      | 11     | 11     | 11     | 11     | 11             |
| • Full-Time Year 3                  | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0              |
| • Full-Time Year 4                  | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0              |
| <b>Total FLE</b>                    | 15     | 26     | 26     | 26     | 26     | 26             |
| • FLE Year 1                        | 15     | 15     | 15     | 15     | 15     | 15             |
| • FLE Year 2                        | 0      | 11     | 11     | 11     | 11     | 11             |
| <b>Anticipated No. of Graduates</b> | 11     | 11     | 11     | 11     | 11     | 11             |

## SECTION 2: DEMAND

### 2.1 Student Demand Analysis

Over the period of program research and development, over 100 expressions of interest have been received by the Campus Saint-Jean for the Tourism program. The continued success of tourism diploma programs in Alberta is another solid indicator of success: Close to 1,000 students were enrolled in Alberta's 15 Tourism diploma programs in Alberta in 2012-2013.<sup>1</sup>

Centre collégial de l'Alberta undertook a survey in order to assess student interest in undertaking postsecondary college-level studies in French. Centre collégial de l'Alberta communicated with the Directors of Francophone and French Immersion schools throughout Alberta and requested that they encourage their students in grades 10 to 12 to complete the survey. With their collaboration, an electronic survey instrument as well as a hard copy version was distributed to the Francophone and French Immersion schools and the survey was administered over the months of April to June 2011.

A total of 493 responses were received, of which approximately 45% were from Edmonton and 18% from Calgary, with the remaining 37% of respondents from rural and northern Alberta. The breakdown of respondents from Francophone schools and French Immersion schools was almost equal, as was the distribution of respondents across grades 10, 11, and 12.

| School           | # of Respondents | % of Respondents |
|------------------|------------------|------------------|
| Francophone      | 259              | 53               |
| French Immersion | 234              | 47               |
| Total            | 493              | 100              |

| Grade    | # of Respondents | % of Respondents |
|----------|------------------|------------------|
| Grade 10 | 184              | 37               |
| Grade 11 | 148              | 30               |
| Grade 12 | 161              | 33               |
| Total    | 493              | 100              |

Among the 493 survey respondents, 28% indicated without stipulation that they were interested in pursuing postsecondary studies in French and an additional 56% indicated that they would be interested in doing so subject to the availability of programs of interest to them, for a total of 84% of respondents.

Sixty (60) students out of 493, i.e. 12.2% of the total number of respondents, indicated that they were interested in a 2-year Diploma in Tourism

For complete survey results see Appendix C.

More recently, informal consultations of Alberta tourism stakeholders were conducted at a meeting in Banff in May 2014. Three questions were asked of post-secondary institutions offering tourism programs, employers and industry representatives to determine demand for a French-language Tourism Management program, interest in bilingual employees and in collaborating with the CCA. Results were positive overall with the caveat that graduates must be bilingual to be employable in Alberta. See Appendix D for details.

<sup>1</sup> Occupations and Educational Programs [Web search] <http://eae.alberta.ca/ministry/stats.aspx>

## 2.2 Labour Market Analysis

A Labour Market Needs Analysis highlights the vital role that tourism plays in Alberta and the great potential for development of the industry. The *Gestion touristique* program seeks to align with the priorities of Alberta's Tourism Framework for Tourism Development<sup>2</sup> in developing a knowledgeable workforce capable of innovation and development. Graduates will offer services which are traveller-focused; which increase accessibility to French-speakers from Alberta, the Rest of Canada and Internationally and will create and promote unique cultural experiences in the province.

The Tourism industry in Alberta generates over \$7.8 billion in visitor spending each year and employs 139,000 people in its many sub sectors.<sup>3</sup> There is large growth potential (estimated at 30% over the next decade) and an estimated 19,000 businesses supported by the tourism is some way.<sup>4</sup> The *Gestion touristique* program will produce graduates with the necessary skillset to participate in creating growth in the tourism sector in the province; particularly with regards to rural development, differentiating travel experiences for French speakers, providing targeted French-language traveller information and services, creating unique products and new destination areas in Francophone cultural hubs throughout the province and building a network of traveller relationships in the province, country and internationally.

A prevalent characteristic of the Tourism labour market in Alberta is the importance of youth in the workforce. While the percentage of 15-24 year-olds accounts for 18% of the overall provincial workforce, youth represent 47% of workers in accommodation and food services.<sup>5</sup> The *Gestion touristique* program will target French-speaking youth in Alberta and will encourage them to see Tourism not just as a flexible part-time or seasonal work opportunity, but as an enriching career.

According to the Alberta Tourism and Hospitality Industry Workforce Strategy<sup>6</sup>, the integration of immigrants into the tourism labour force faces numerous challenges, including linguistic and cultural gaps. In addition to targeting French-speaking Albertans, the *Gestion touristique* program will serve as an avenue for French-speaking newcomers and prepare them for careers in the tourism industry. Graduates, whether Albertans or newcomers, will have cultural competencies necessary in Canadian workplaces and the specific communication skills which are essential when working in tourism. In addition, the program will offer opportunities for students to improve their English through work placements, ESL courses and exchanges in English language Campus Alberta programs.

Another issue faced by the Tourism industry is the shortage of affordable housing in tourism centers. The *Gestion touristique* program will be attractive to French speakers throughout the province who can pursue the program online in their community. Students already living in tourism centres such as the Bow Valley Corridor (Canmore and Banff) and Jasper where Francophone schools ensure a pool of potential students will be targeted. Students will be able to live at home and work in the industry while studying online.

The Canadian Tourism Human Resource Council Provincial Labour Market Compendium predicts a shortage of labour in the Tourism industry in Alberta over the next 15 years. According to their data, the potential labour shortage in 2015 could be close to 8,000 and reach over 24,000 full-year jobs by 2030, a shortfall in the demand

---

<sup>2</sup> Alberta Tourism, Parks and Recreation & Travel Alberta [A Pathway to Growth: Alberta's Tourism Framework 2013-2020](#)

<sup>3</sup> Alberta Tourism, Parks and Recreation & Travel Alberta [A Pathway to Growth: Alberta's Tourism Framework 2013-2020](#)

pp 23

<sup>4</sup> *ibid*

<sup>5</sup> *Labour Force Survey, 2011* Statistics Canada

<sup>6</sup> Alberta Hotel and Lodging Association (AHLA) *A Workforce Strategy for Alberta's Tourism and Hospitality Industry 2012* page 6

of close to 240,000 jobs or 10%.<sup>7</sup> The report predicts that only Travel services (travel agents) will not see a labour shortage, an area not covered by the *Gestion touristique* program; however, Accommodation, Food and Beverage Services and Recreation and Entertainment, all areas which graduates of the program will have necessary competencies, will grow.<sup>8</sup>

## 2.3 Support

Over the past six years, support for development of the program, since discussions about the program were initiated, has been constant. An informal consultation of 52 representatives from education, government, and the tourism industry in May 2014 was positive with employers in particular expressing interest in skilled bilingual graduates.

A focus group meeting was held in Canmore on February 27, 2012 with the Executive Director of Tourism Canmore Kananaskis Authority, the Economic Development Officer of Canmore Town, the Principal of the Francophone School *Notre Dame des Monts*, a representative of the local tourism industry and the Tourism Director of Conseil de Développement économique de l'Alberta. They were unanimous in stressing the need for more services in French in the Canmore and Banff area. The following points were made:

- 10% of francophone tourists visiting Quebec also come to Alberta;
- Visits from French speakers who do not speak any English are a weekly occurrence at the Tourism Information Office;
- Large receptive companies, such as Jonview, are 'desperate' for more services and tourism activities offered daily in French (e.g. rafting);
- With a francophone community making up over 10% of the Canmore population (close to 2000 residents) there is a sizeable 'Visiting Friends and Family' market;
- More guides are needed in the area, including French-speaking guides, as many tourists feel intimidated to leave town to explore the mountains;
- Bilingual French-English jobs are widely available in Canmore. Every single hotel employs at least one French speaker and several of them seek to hire French speakers for high level positions;
- There is a shortage of tourism labor in Canmore and a huge portion of the labor force comes from Quebec. Most of these are right out of school and come over to learn English. While useful in the short term, this type of labor force is a challenge for Canmore as they do not stay long and do not engage in the community;
- It is hard to find employees from the province, whether francophone or anglophone. During a recent recruitment round the Silvertip golf course found that only 2% of applicants were from Alberta;
- Parks Canada is working on improving visitor experience and needs more employees, including French speakers. Toronto and Montreal are among the markets targeted by the National Parks. There are 4 National Parks in close proximity to Canmore: Banff and Jasper on the Albertan side of the Rockies, Yoho and Kootenay on the British-Columbia side.

The support of the Cégep de Matane, a Québec college level institution, has also been key. The original intent for the *Gestion touristique* program was to use the Cégep de Matane's program in Alberta. The Matane program focus of creating unique tourism products and services will be retained; however other general management skills will be developed through course content from the Techniques en Administration des affaires program. In addition, course-content specific to Alberta's tourism industry will be included. The content will support the development of French-language services and experiences around Francophone culture and history in the

---

<sup>7</sup> Canadian Tourism Human Resource Council *Alberta Provincial Labour Market Compendium* March 2014 [www.cthrc.ca](http://www.cthrc.ca)

<sup>8</sup> *ibid*



province.

In addition to the support of Matane, early collaboration with Olds College has been fruitful and discussions about integrating content from Olds' tourism program are ongoing.

See Appendix D for letters of support.

## 2.4 Clinical or Work Experience

*If clinical or work experience is an essential part of program delivery:*

### 2.4.1 Provide evidence that the placements will be available when needed.

Letters of commitment to the principle of creating work experience placements have been attached to this document (Appendix D). Focus groups confirmed the need for bilingual French and English employees (see section 2.3). Statistical data confirms that the Albertan market will certainly absorb candidates with such training. The following French-language information from the 2006 census is limited only to jobs clearly associated with the tourism industry (lodging and accommodation, travel agencies, guides, Parks and tourism operators). The data shows an overall need for 355 French-speaking professionals in the industry in a total of 2000 positions. We may extrapolate from this very limited snapshot that there is a need for French-speakers in some areas of the Tourism industry but also that there are numerous positions where students may be able to carry out their practicum experience.

### Mother tongue and profession using the national professional classification system and data from the 2006 Census. Sample of (20 %)

| ALBERTA                                                                                                                   | Population active totale | Francophones (LM) | % francophones (LM) | Écart (2,38 %) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------|---------------------|----------------|
| <b>Total – Profession – Classification nationale des professions pour statistiques de 2006</b>                            | 1 942 825                | 46 150            | 2,38 %              | 0              |
| <b>G7 Personnel de l'hébergement et des voyages et préposés dans les sports et les loisirs</b>                            | 16 765                   | 515               | 3,07 %              | 117            |
| G71 Personnel de l'hébergement et des voyages                                                                             | 9 695                    | 370               | 3,82 %              | 140            |
| G711 Conseillers en voyages                                                                                               | 2 675                    | 35                | 1,31 %              | -29            |
| G712 Commissaires et agents de bord                                                                                       | 1 810                    | 165               | 9,12 %              | 122            |
| G713 Agents à la billetterie et aux services aériens                                                                      | 1 580                    | 60                | 3,80 %              | 22             |
| G714 Agents à la billetterie et représentants du service en matière de fret et personnel assimilé (sauf transport aérien) | 310                      | 25                | 8,06 %              | 18             |
| G715 Réceptionnistes d'hôtel                                                                                              | 3 330                    | 85                | 2,55 %              | 6              |
| G72 Guides touristiques et personnel préposé au jeu dans les casinos                                                      | 3 590                    | 80                | 2,23 %              | -5             |
| G721 Guides touristiques et guides itinérants                                                                             | 560                      | 0                 | 0,00 %              | -13            |
| G722 Guides d'activités récréatives et sportives de plein air                                                             | 475                      | 15                | 3,16 %              | 4              |
| G723 Personnel préposé au jeu dans les casinos                                                                            | 2 550                    | 65                | 2,55 %              | 4              |
| G73 Autre personnel des services de voyage, d'hébergement, de loisirs et de parcs d'attractions                           | 3 485                    | 65                | 1,87 %              | -18            |
| G731 Opérateurs et préposés aux sports, aux loisirs et dans les parcs d'attractions                                       | 2 850                    | 45                | 1,58 %              | -23            |
| G732 Autres préposés en hébergement et en voyage                                                                          | 630                      | 25                | 3,97 %              | 10             |
| <b>Total</b>                                                                                                              | <b>1975</b>              | <b>1550</b>       |                     | <b>355</b>     |

(Statistics Canada)

#### *2.4.2 Describe the student's role in securing placements.*

Collaboration with Accès-Emploi and CDEA will provide the students with work experience placements and help them find employment once they obtain their diploma. Students will not be left alone in finding a placement. A guidebook for students will outline their responsibilities with regards to the work experience component of the program. These responsibilities include:

- Complete first-year course work of the program
- Attend non-credit workshop provided by Accès-Emploi on productive job searches and finding work placements
- Accepting ultimate responsibility for obtaining suitable work-placements by utilizing all resources provided by the Centre collegial de l'Alberta (CCA)
- Participate fully and actively in their job search and in preparation for interviews
- Conduct research with the support of Accès Emploi and a CCA advisor on which sector of the tourism industry is most pertinent to their career objectives as well as the roles of interest to them in that sector
- To abide by the University of Alberta Student Code of Conduct and to conduct themselves in an ethical and professional manner throughout the job search, interview and within their position
- Abide by the employment standards indicated by the employer and respect all policies, rules, procedures and conditions set out for the position
- Complete all necessary forms for the CCA and submit a report on their experience as indicated by their supervisor
- Communicate any concerns about the role and their experience in the work place to the CCA.

#### *2.4.3 Explain how the institution will supervise/monitor the learning experience of students in off-site settings?*

A primary supervisor will be identified for each student placement site. The program director will be in touch with the supervisor and available to the student to monitor progress and advise on problems, if any occur. The supervisor will act as the liaison between the Employer, the Student and the CCA. Their responsibilities will also be described in a guidebook and will include:

- Create a network of employers and potential employers in the tourism industry
- Facilitate communication between students, employers and CCA staff as deemed necessary
- Work with Accès Emploi to create workshops which provide students with necessary job search and interview skills
- Work with students and employers to identify learning opportunities within the context of job placements and establish reporting criteria with student based on these specific learning opportunities
- Meet with employers and students as deemed necessary to review the student's engagement and role
- Evaluate students reports
- Liaise with employers to obtain feedback on the student's engagement
- Inform Students and Employers about policies and procedures as deemed necessary.

#### *2.4.4 Identify potential employer/employee liability related to this aspect of the program, and how the institution intends to manage this liability.*

Given that the Employer will play a role of educator within the program, the University of Alberta will ensure they understand their responsibilities towards the student. These responsibilities include supervision of the student in order to ensure optimal learning opportunities within the context of the position, evaluation of the student and when relevant, reading the student's report.

The employer will have full oversight on the remuneration of the student (if applicable) and will be responsible for maintaining Comprehensive General Liability coverage appropriate to their operations. Employers should

also have Workers' Compensation where applicable.

U of A has a risk assessment for off-campus travel involving students procedure. This procedure applies to all members of the University Community involved in off-campus activities and travel where students are participants and to all travel organized by registered Student Groups for curricular or non-curricular activities. More details can be found on [governance.ualberta.ca](http://governance.ualberta.ca).

## **SECTION 3: INSTITUTIONAL AND SYSTEM CONTEXT**

### **3.1 Institutional Strategy**

*How does the proposed program align with the institution's strategic priorities and the Comprehensive Institutional Plan?*

The *Gestion touristique* program meets with the University of Alberta's fundamental mandate to offer a broad range of outstanding learning and research opportunities to prepare citizens and leaders who will make a difference. The University of Alberta is currently the sole post-secondary institution in Alberta authorized to offer French-language college level programs.

The graduates of the *Gestion touristique* will be change agents in the Tourism industry in Alberta. Equipped with values and skills acquired through the program, they will excel in front-line positions where they will embody the image of Alberta as a welcoming province. These values include authenticity, love of nature and history and an interest in francophone culture and heritage. They will contribute to creating exceptional tourism experiences which diversify Alberta's tourism offer.

The *Gestion touristique* program aligns with the principles outlined in Dare to Discover and Dare to Deliver. In particular, the program fosters partnerships with other educational institutions and with the tourism industry in order to advance mutual goals; it makes use of groundbreaking technology to connect with and serve rural communities through long distance course delivery; it engages with the Franco-Albertan community; and it creates linkages with other parts of Canada.

### **3.2 Institutional Programs**

*Explain how the proposed program fits with existing programs at the institution, and the anticipated positive or negative impacts on other programs.*

No negative impact is anticipated as there are currently no college-level tourism programs at the University of Alberta. Discussions are ongoing with the Faculté of Physical Education and Recreation to develop a pathway to ladder into the University of Alberta Bachelor of Arts in Sport, Recreation and Tourism. (See support letter Appendix D).

### **3.3 Internal Review and Approval**

*Provide a brief description of the internal review and approval process followed in developing the proposal.*

University of Alberta (U of A) internal review and approval to be done by :

- Faculté Saint-Jean Executive Committee March 15, 2013
- Faculté Saint-Jean Faculty Council March 28, 2013

- U of A General Faculty Council Academic Planning Committee (final approval) February 25, 2015

The Centre collegial de l'Alberta is currently reviewing its governance structure within the University of Alberta. As such, the program may be reviewed by a new Executive body responsible for college programs over the Spring of 2015. Advanced Education will be kept abreast of changes to the governance structure which aims to create a strong framework to support college-level programs at the University of Alberta.

### 3.4 Campus Alberta Programs/Initiatives

*Discuss the relationships (similarity, complementarity, transfer, competition) of the proposed program to other programs or initiatives in Campus Alberta and explain what the proposed program would add to the system. If the proposed program would duplicate existing programs, explain why that duplication is warranted.*

While there are numerous diploma programs which develop competencies for the labour market in Alberta, the *Gestion touristique* program would be unique in several ways. The most obvious differentiator is language as the program will be offered in French and will respond to a gap in post-secondary college-level programming in French in Alberta. In addition, the *Gestion touristique* program aims to support the development of a niche sector of Alberta's tourism market, French-speaking Travellers will benefit from graduates who can develop and offer unique experiences in French, in Francophone communities or involving Alberta's Francophone heritage. Finally, while the program will include common Tourism Diploma content such as accommodation and hotel management, courses will also provide competencies to develop destination marketing and product development.

### 3.5 Consultation

*Summarize the type and outcomes of consultations with other institutions offering related programs. Attach copies of relevant documents (e.g. letters, meeting summaries). Discuss the potential for inter-institutional collaboration.*

Early consultation with Campus Alberta partners has shown a strong interest in collaborating. Some of the partnerships which have been discussed are :

- Transfer credit awarded for equivalent English-language courses from Grande-Prairie Regional College and Olds College;
- A bilingual program in which students would complete 13 courses with the University of Alberta in French and seven relevant courses from a Campus Alberta partner in English.
- The possibility of a semester abroad program with Cégep de Matane in Québec or a University in France. The option to study in a French-speaking environment will be of particular interest to French-as-a-second language (FSL) speakers from immersion and core French programs in Alberta. Eager to improve their French and explore Canadian Francophonie or have an experience in Europe will be a strong attraction to immersion grads.
- Collaboration with other Francophone colleges including College Educacentre in British Columbia, Université Saint Boniface in Manitoba and Collège Mathieu in Saskatchewan. These institutions will support the program development by supplying qualified professionals with expertise in French-language distance education. They will promote the *Gestion touristique* program to French-speakers in British Columbia, Saskatchewan and Manitoba. Collège Educacentre in B.C. and Collège Mathieu in Saskatchewan may eventually offer the program to their students through a brokering agreement.
- In addition, some Campus Alberta Partners were consulted in May of 2014 along with employers and tourism stakeholders. The informal consultation notes are included in Appendix G.

### 3.6 Learner Pathways

*3.6.1 Identify potential pathways from work to school (where applicable).*

The *Gestion touristique* program will be of interest to current employees in the tourism industry who may wish to progress in a career in their sector. Recruitment will target current employees who will find the flexibility of

online education and the pertinence of course material appealing. The CCA will reach these employees thanks to their partner the Conseil de développement économique de l'Alberta (CDEA), the Francophone Chamber of Commerce in Alberta, who has done extensive work developing a network of employers willing and eager to provide job placement opportunities.

*3.6.2 Identify potential opportunities for transfer/laddering into the proposed program from other institutions or other programs within the institution; and for transfer/laddering from the proposed program to other programs within the institution or at other institutions. List any formal agreements for internal or inter-institutional transfer/laddering that have been negotiated to this point.*

As indicated in the attached support letter, the Faculty of Physical Education and Recreation have expressed support for the program and interest in working on a strategy for students to ladder into the Bachelor of Arts, Recreation, Sport and Tourism. (See Appendix D)

Bilingualism in the program will be promoted through transfer credit agreements with Alberta institutions. Olds College courses can be taken in English with Olds College. The Business Administration courses from Techniques en Administration des affaires can be taken in English in NAIT. Other transfer credit agreements could be put in place with English-language tourism programs in the province. Preliminary discussions have taken place with Grande Prairie Regional College and Bow Valley College.

*3.6.3 Estimate the portion of graduates who can be expected to proceed to further education directly. At a later stage in their careers. What types of programs/credentials would they be most likely to pursue?*

Various workplace training opportunities exist in the Tourism sector and graduates pursuing a career in Accommodation, Food and Beverage Management, Recreation and Leisure activities or Travel Services may be provided Emerit or other occupation-specific training. At a later stage in their careers, graduates may wish to pursue a degree which could enhance their opportunities for advancement; however, since education levels of the labour force in Alberta show a high percentage of tourism workers without certificate, diploma or degree (28.6%), and only 3.4% with a bachelor degree, the numbers are expected to be relatively small.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Canadian Tourism Human Resource Council *Alberta Provincial Labour Market Compendium* March 2014 [www.cthrc.ca](http://www.cthrc.ca)

## SECTION 4: FINANCIAL VIABILITY AND SUSTAINABILITY

### 4.1 Annual Budget and Funding Sources

Identify annual and one-time expenditures and annual revenue for the program in the budget tables below. If program implementation will take place over more than one year, provide estimates for each year until full implementation. Provide explanatory notes for all budget assumptions, such as inflation and per student tuition.

(For proposals without significant impacts on institutional costs, revenues or enrolment, a detailed budget presentation will not normally be required (please confirm with the department). Such proposals will satisfy all of the following tests:

1. The proposal is for a new specialization in an existing program, consisting of an innovative combination of existing curricula.
2. Overall enrolment capacity in the program is maintained.
3. Excepting incidental administrative and promotional costs, no start-up or incremental operations costs are incurred.)

| Description                              | Start-up<br>2015 | Year 1<br>2016 | Year 2<br>2017 | Year 3<br>2018 | Year 4<br>2019 | Year 5<br>2020 |
|------------------------------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Annual FLE (1)                           |                  | 15             | 36             | 30             | 30             | 30             |
| Sections (2)                             | 10               | 10             | 32             | 32             | 32             | 32 [WU1]       |
| <b>SALARIES</b>                          |                  |                |                |                |                |                |
| Program Coordination (3)                 | 35,000           | 20,000         | 0              | 0              | 0              | -              |
| Academic Staff (4)                       | 65,000           | 65,000         | 208,000        | 224,000        | 224,000        | 224,000        |
| Department Coordinator (5)               | 0                | 30,000         | 31,500         | 33,075         | 34,729         | 36,465         |
| Non-academic (6)                         | 60,000           | 75,000         | 78,000         | 81,120         | 84,365         | 87,739         |
| Benefits (20%)                           | 32,000           | 38,000         | 63,500         | 67,639         | 68,619         | 69,641         |
| <b>Salaries &amp; Benefits Sub-total</b> | <b>192,000</b>   | <b>228,000</b> | <b>381,000</b> | <b>405,834</b> | <b>411,712</b> | <b>417,845</b> |
| <b>PROGRAM DEVELOPMENT (7)</b>           | <b>65,000</b>    | <b>65,000</b>  | <b>14,000</b>  | <b>5,000</b>   | <b>21,000</b>  | <b>5,000</b>   |
| <b>OPERATING</b>                         |                  |                |                |                |                |                |
| Communications/marketing (8)             | 0                | 30,000         | 15,000         | 15,750         | 16,538         | 17,364         |
| Capital items (9)                        | 0                | 10,000         | 16,000         | 6,000          | 0              | 0              |
| Operating (10)                           | 7,500            | 7,500          | 7,875          | 8,269          | 8,682          | 9,116          |
| Equipment (11)                           | 1,500            | 1,575          | 1,654          | 1,736          | 1,823          | 1,914          |
| Reference books (12)                     | 4,000            | 2,000          | 2,100          | 2,205          | 2,315          | 2,431          |
| Office supplies                          | 1,000            | 1,000          | 1,050          | 1,103          | 1,158          | 1,216          |
| Meetings (13)                            | 5,000            | 2,100          | 2,205          | 2,315          | 2,431          | 2,553          |
| Off Campus activities (14)               |                  | 25,000         | 55,000         | 55,000         | 55,000         | 55,000         |
| <b>Operating Sub-total</b>               | <b>19,000</b>    | <b>79,175</b>  | <b>100,884</b> | <b>92,378</b>  | <b>87,947</b>  | <b>89,594</b>  |
| <b>TOTAL SALARIES AND OPERATING</b>      | <b>211,000</b>   | <b>307,175</b> | <b>481,884</b> | <b>498,212</b> | <b>499,659</b> | <b>507,440</b> |
| <b>GRAND TOTAL</b>                       | <b>276,000</b>   | <b>372,175</b> | <b>495,884</b> | <b>503,212</b> | <b>520,659</b> | <b>512,440</b> |

- 1) Annual FLE reflects an attrition rate of 40%. An estimated 15 students will join the program each year. Creation of new sections in 2017 should be accompanied by 10 new students. Sections may be delivered online or face-to-face in another region.
- 2) Sections could be online or face-to-face. New sections forecast in 2017 could be offered in Calgary, Grande Prairie or through another partnership where the CCA would offer 10 first year courses and another institution would offer recognized courses for transfer credit.
- 3) A contract for program coordination has been awarded to the CDÉA for 2015 with possibility of renewal in 2016. The role of the CDEA is limited to planning and promoting the program.
- 4) Academic staff costs are calculated using the UofA CAST salary scale with a starting average salary of \$6,500 for the first three contracts. Salaries are adjusted according to wage increases.
- 5) The Department coordinator salary reflects only the administrative duties assigned. Additional academic tasks may be assigned.
- 6) The Non-academic salaries will include IT support, pedagogical expertise for online delivery, recruiter, student services, and, starting in 2016, coordination of work experiences and liaising with employers.
- 7) The program development expenses include one-time expenses for purchase of copyright or course materials, a \$25,000 investment in Library resources and expenses associated with the development the online program.
- 8) Expenses to promote the program may include promotional materials (brochures, web-based information) as well as business to business marketing with Tourism stakeholders including other post-secondary providers, community stakeholders, businesses and employment centres.
- 9) Capital items included relate to equipping a classroom for delivery of the program. The cost of projector, SMART technologies, speakers and microphones is based on the cost for equipping the Business Administration classroom in 2015. These are one-time expenditures.
- 10) Operating expenses will include an independent auditor for reporting on the use of the Tourism funds.
- 11) Equipment costs will include software for training on tourism such as accommodation management programs.
- 12) An initial investment in the Bibliothèque Saint-Jean collection will ensure students learning outcomes are supported. Online materials which can be made accessible province-wide will be made a priority.
- 13) Initial meetings with stakeholders and content experts in 2015 have been reported on in section 2.3. Other meetings include liaising with Campus Alberta stakeholders (Olds College and GPRC).
- 14) Student tuition cover course content however, field experiences may be offered to students to complement course outcomes. Off-Campus Activities could also include gatherings for students enrolled province wide to establish a sense of cohort and affiliation with the University of Alberta.

1. *Financial resources reallocated from existing programs of instruction should be estimated based on the recent cost experience of the source program(s) N/A*
2. *Identify the source and duration of internal funding.*
3. *Identify the source and duration of external funding and outline any terms, conditions, and deliverables associated with the funding. External (Third Party) Sources might include support from other levels of government; e.g., the Government of Canada. N/A The Official Languages in Education (OLE) funding envelope includes funds for College level programming at Campus Saint-Jean. The funding for post-secondary education in a minority language covers 2013-2018.*
4. *Government of Alberta sources might include future Advanced Education and Technology grant support or commitments (assumed or actual) from other departments. Alberta Enterprise and Advanced Education commitment for Tourism program is \$500,000.*

| <b>One-time expenditures</b>          | <b>Amount</b> | <b>Revenue Source</b> | <b>Details</b>                                           |
|---------------------------------------|---------------|-----------------------|----------------------------------------------------------|
| Facilities                            | \$30,000      | OLE                   | Contribution to CSJ space                                |
| Equipment and IT                      | \$30,000      |                       | Includes classroom equipment for distance education      |
| Curriculum Development                | \$206,000     | EAE                   | Tourism Content experts & Pedagogical Specialists        |
| Marketing and Promotion               | \$30,000      | OLE                   |                                                          |
| Faculty Recruitment and Establishment | \$42,000      | OLE                   | Includes program coordinator responsible for development |
| Library Enhancements                  | \$25,758      | EAE                   |                                                          |
| Other                                 | \$50,000      | EAE                   | Online implementation                                    |



## 4.2 Impact

### 4.2.1 Compare the proposed tuition rate with that of similar programs in Campus Alberta.

The tuition rate for College programs at University of Alberta is currently \$ 1,413.60. is competitive to college programs in Campus Alberta; for example, NAIT and MacEwan’s rates are \$1,980.00 and Norquest \$3,990. A breakdown of costs is included below:

| <b>Fall 2014 Domestic Student</b> |                  | <b>Fall 2014 International Student</b> |                  |
|-----------------------------------|------------------|----------------------------------------|------------------|
|                                   | \$1,413.6        |                                        | \$5,224.2        |
| Instructional                     | 0                | Instructional                          | 0                |
| CoSSS                             | \$153.08         | CoSSS                                  | \$153.08         |
| Regn & Transcript Fee             | \$76.28          | Regn & Transcript Fee                  | \$76.28          |
| Student Services                  | \$57.08          | Student Services                       | \$57.08          |
| Athletics & Rec*                  | \$65.62          | Athletics & Rec*                       | \$65.62          |
| Health Services                   | \$27.06          | Health Services                        | \$27.06          |
| U-Pass                            | \$129.17         | U-Pass                                 | \$129.17         |
| <b>Term Totals</b>                | <b>\$1,921.8</b> | <b>Term Totals</b>                     | <b>\$5,732.4</b> |

### 4.2.2 Discuss the financial impact on students and the learner funding system, taking into account the costs of education and the potential debt burden relative to post-graduation earning capacity.

The total cost of the program including tuition and fees is estimated at \$12,000. Students will have access to Student Aid funding as well as Campus Saint-Jean bursaries and University of Alberta Student Union bursaries. The average salary of positions in the Tourism industry varies widely dependent on the sector and the level of position. For example, Food and beverage service supervisor can expect an annual salary minimum of \$36,000 across Alberta<sup>10</sup> but \$40,000 in Calgary. The range of salaries for position such as Accommodation service manager, Guide, Guest Services coordinator, Director of sales and marketing, Travel Agent and General Manager of Tourism facilities ranges from \$30,000 to \$95,000.

Student’s debt burden should be lightened by their ability to work throughout the program in flexible part-time positions in the tourism industry.

### 4.2.3 If program funding includes internal reallocation, evaluate the impact of this reallocation on the institution’s operations and overall financial position. N/A

## SECTION 5: QUALITY ASSESSMENT

### 5.1 Institutional Capacity

5.1.1 List instructional positions that would support the proposed program, specifying position title, credential and experience requirements, and areas of expertise. Distinguish between new and existing positions; and regular and sessional appointments. Describe mechanisms (existing and planned) to develop and ensure currency of teaching skills and disciplinary expertise.

<sup>10</sup> Canadian Tourism Human Resource Council *Alberta Provincial Labour Market Compendium* March 2014 [www.cthrc.ca](http://www.cthrc.ca)

### **Program coordination – Temporary UofA Contract:**

- Conseil de développement économique de l'Alberta (CDÉA) has been contracted to support program development including planning, coordination of development of content, research into partnership opportunities, recruitment planning, recruitment of employers and franco-albertan tourism expertise.
  - Julie Fafard: Bachelor's Degree in Public Communication, Certificate of Political Studies, 12 years assuming various functions in the tourism industry in Canada and abroad, in Alberta in the tourism sector. Teaching experience.

### **Program Development and Potential Instructors – Tourism & Pedagogical Specialists – Temporary U of A Positions:**

- Manuelle Prunier: MSc in International Development, Diploma in Translation, Mphil in Modern Languages, Post-Graduate Certificate in Education, Licence d'anglais appliqué à la formation des adultes, 24 years assuming various functions in the tourism industry in Canada and abroad, in Alberta working in the tourism sector. Teaching experience and courses development experience.
- Mireille Hamel: Diploma in language and literature, Certificate in business administration, 14 years assuming various functions in the tourism industry, in Alberta in tourism sector for 22 years. Teaching experience and curriculum development experience.
- Patrick Towmey: Masters of Business Administration (Finance), Post Graduate Diploma (Honours), Latin American Management Program, Bachelor of Arts, History, Diploma, French Language & History, 10 years assuming various functions in the tourism industry in Canada and abroad, in Alberta in the tourism sector. Teaching experience and course development experience (book).
- Jocelyne Côté: Diplôme d'études professionnelles en vente-conseil, Certificate in teaching, BAC in adult teaching, Certificate in pedagogy, Cours suivis en géographie, gestion touristique et administration, Diploma in tourism, 19 years assuming various functions in the tourism industry, including teaching and courses development.

**Program Faculty** A new position of Program Coordinator will be created. The Program coordinator will have some administrative responsibilities and will teach. The Program Chair will be responsible for ensuring program quality and ongoing professional development of faculty including liaising with employers to ensure pertinence of content. Sessional instructors from the tourism industry will be recruited to teach online and face-to-face courses. Instructors will be selected for their experience teaching and hands-on knowledge of the tourism industry.*5.1.2 List instructional support positions (e.g. lab technicians, tutors) related to the proposed program.*

**Work Experience Coordinator** A new position to support students in finding and carrying out their work experience will be created. The responsibility may be carried by a sessional instructor.

*5.1.3 Describe facilities, equipment and information resources (existing and planned) that would house and support delivery of the proposed program.*

An online learning platform will host courses for distance learning. Students may also participate in face to face courses at Campus Saint-Jean. Future collaborations with Campus Alberta partners may permit cohorts to run in Calgary or the Rockies in collaboration with Bow Valley College.

The facilities at Campus Saint-Jean are well equipped for students who choose face-to-face instruction.

*5.1.4 Discuss the anticipated impacts of the proposed program on student support services.*

Students of the Centre collegial de l'Alberta benefit from the existing infrastructure and support services offered by the University of Alberta – Campus Saint-Jean. This includes academic support and advising, student activities, clubs and sports facilities.

## **5.2 Curriculum**

*Describe the process of development and validation of curriculum for the proposed program. If available, please attach external review documents.*

Curriculum development has been supported by institutional and Campus Alberta partners. Since 2012, over 20 meetings have been held with course developers and institutional stakeholders from Cégep de Matane and the Tourism Industry to create the *Gestion touristique* curriculum. Their work culminated in the creation of specific objectives for each of the 20 courses (see Appendix E)

- Some courses will be used from the existing Business Administration diploma program developed with the support of NAIT's JR Shaw School of Business. The courses used from the TAA program will be adapted as deemed necessary with Tourism content. For example, the Marketing course will cover Tourism Industry materials such as the *Remember to Breathe* campaign developed by Travel Alberta.
- Several courses could be brokered from Old's College. The advantage of using Olds course content is that they have been aligned to CTS credits allowing for the development of a Dual Credit offer for the program. Some of the courses which could be adapted for use in the *Gestion touristique* program are :
  - o :Accommodation Management (HAT 2038) for the Reception and Concierge Services Course;
  - o Tour Guiding & Managing the Guest Experience (HAT 2550), for the Tour Guide course;
  - o Rural Heritage and Food Tourism (HAT2450) for the Tourism experience development 1 course;
  - o Convention and Event Mangement (HOSP 303) for the Event Organgization course;
  - o Leisure, Sporting Events and Recreation Opportunties (HAT2355) for the Tourism and the Tourism Industry Course.

### 5.3 Academic Standards

List the requirements for admission and any alternate routes to admission; for residency; for academic progression; and for graduation. Compare these requirements to those for similar programs.

Candidates for *Gestion touristique* must have successfully completed:

#### 1. General requirements for admission

Candidates for Techniques d'administration des affaires must have successfully completed:

- a. French  
One of Français 30-1, Français 30-2, French 30 (9 years), French 31, French Language Arts 30-1 or French Language Arts 30-2, or equivalent.
- b. Mathematics  
One of Pure Mathematics 30, Applied Mathematics 30, Mathematics 30-1 or Mathematics 30-2 or equivalent.
- c. English  
One of English language Art 30-1, English Language Art 30-2, or equivalent.

#### 2. Admission with deficiency in English

By the end of their first year, students enrolled in the *Gestion touristique* program must demonstrate an acceptable level of English proficiency. Applicants whose first language is not English and do not present English (English 30-1 or 30-2 or their equivalent) upon admission will be required to demonstrate proficiency at the end of the first year of the program in one of the following ways:

- a) TOEFL (Test of English as a Foreign Language) score of 80 iBT with a score of individual test component less than 20. If students are being tested on paper, they must obtain a minimum of 550.
- b) IELTS (International English Language Testing System): Overall score of 6.5 with no section less than 5.0.
- c) CAEL (Canadian Academic English Language Assessment): A score of 70.
- d) MELAB (Michigan English Assessment Battery Language): A score of 85.

#### 3. Admission from Another Province

Students from other Canadian province who have successfully completed work at the high school level will be considered for admission to the Centre collégial de l'Alberta provided they present subjects equivalent to the requirements of the program.

The Centre collégial de l'Alberta has the right to judge the equivalent values and the classification of courses taken in other provinces.

#### **4. Academic Standing and Graduation**

At the end of each academic year (Fall/Winter) and according to the grade point average (GPA) of that academic year, students are placed in one of the three following categories:

- a) Satisfactory standing: Students who maintain a GPA of 2.0 or greater may continue their studies at Centre collégial de l'Alberta.
- b) Marginal standing: Students who receive a GPA of 1.7 to 1.9 inclusive will be placed on academic probation and warned that if they have not met the requirements of the probation, they must withdraw from the program.
- c) Unsatisfactory standing: Students who receive a GPA of 1.6 or less will be required to withdraw from the program. Such students may apply for readmission, although normally at least one year must elapse before readmission will be granted (on a probationary basis).

Note: a minimum grade point average of 2.0 is required to obtain a diploma.

Students are expected to maintain satisfactory performance and achievement levels in all elements of their program including classroom, laboratory/shop, work experience practicums, field trips assignments, tests, and examinations. The instructors shall determine and communicate to the student the criteria for satisfactory performance.

#### **5. Graduation**

A minimum grade point average of 2.0 is required for graduation.

#### **6. Reexamination and Deferred Exams**

Students may obtain information regarding policies and procedures from the Admissions office at Faculté Saint-Jean.

#### **7. Academic Advising**

Since programs are pre-determined, all students are encouraged to meet with the Academic Advisor prior to choosing program the *Gestion touristique* program.

#### **8. International Students**

International students should contact the Admissions Office at the Faculté Saint-Jean. They may also obtain information on the Centre collégial de l'Alberta Web Site at [www.cca.ualberta.ca](http://www.cca.ualberta.ca)

## 5.4 Learning Outcomes

5.4.1 Summarize the learning outcomes of the proposed program (e.g. career-specific knowledge and skills, employability skills).

Graduates of the *Gestion touristique* program will be eligible for a number of entry-level positions in Tourism and can expect to have high mobility within the Tourism industry. Graduates may work in the following sectors of the Tourism Industry:

### **Tourism Managers**

- Food and Beverage Managers
- Hospitality Manager
- Gest Service Manager
- Event and Convention Manager
- Housekeeping Manager

The *Gestion touristique* program will contribute to a provincial goal of increasing retention in the tourism industry by training students for a career in tourism. Students may include current employees working in tourism looking to move into management positions and the *Gestion touristique* diploma will support upward mobility and career development in tourism. However, students without experience in the tourism industry should expect to start at entry-level positions; their *Gestion touristique* diploma will complement their professional experience and help them access management roles.

Related courses supporting management competencies:

- Accounting
- Marketing
- Convention and Event Management
- Leisure, Sport and Recreation Management
- Accommodation Management
- Regional Development Project

### **Guiding and Visitor orientation services:**

- Concierge
- Front Desk Agent
- Front Desk Supervisor
- Booking Agent
- Tour Director/Tour Leader
- Tour and Travel Guide
- Heritage Guide
- Site Interpreter
- Driver-Tour Guide
- Destination Representative
- Customer Service Agent
- Guest Service Attendant
- Tourism Coordinator
- Tourism Animator
- Visitor Service Coordinator
- Tourism Information Officer

Bilingualism is especially appreciated in tourism roles where services in French can enhance the visitor experience. The *Gestion touristique* program will support the development of guiding and visitor orientation services in French by giving students the knowledge and skills to create guided tours and inform visitors of key travel information. These services may be of particular interest to Alberta's National Parks, but will also be appreciated by employers in Hotel and Lodging and tour services.

Showcasing Alberta's francophone heritage through guiding and destination development will also be supported by the *Gestion touristique* program. Franco-Albertan content will be integrated into coursework wherever possible and students will have the opportunity to work on tourism initiatives which showcase Alberta's francophone communities and heritage.

Related courses and supporting competencies in guiding:

- Tour Guiding
- Culture and authenticity
- Tourism Products
- Heritage Attractions

**Tourism and Product Development:**

- Tourism Development Officer
- Product Design Agent
- Trip Organizer
- Pricing Agent
- Packaging Specialist

The *Gestion touristique* program seeks to align with the priorities of Alberta's Framework for Tourism Development by supporting the acquisition of specific skills necessary for innovation in Tourism. Creating products and experiences which are traveller-focused and which cater to the 'Cultural Explorer' a visitor description identified by Traveller Alberta, is one of the way the program will support innovation. In addition to general knowledge in marketing and product development, students will learn about the province's potential for tourism development and the rich francophone cultural heritage. The products and experiences they create will increase accessibility to French-speakers from Alberta, the Rest of Canada and Internationally and will create and promote unique cultural experiences in the province.

Related courses and supporting competencies for Product development:

- Marketing
- Tourism Products
- Heritage Attractions

**Event Management:**

- Conference and Special Event Coordinator
- Tourism and Festival Coordinator

Municipalities and towns across the province are working to attract Conferences and special events to their regions. They recognize the important economic impact that these events have on businesses and directly on infrastructure. Sport tourism is the fastest growing segment in tourism in Canada, so information on management of sporting events will be essential. In addition, attracting Canadian events where bilingualism is a key aspect to logistics will be covered throughout the program.

Related course:

- Event Management

## Small business operators

The inclusion of business management courses (five courses from the *Techniques en Administration des Affaires* Program) will equip graduates with core management competencies which are essential for entrepreneurs. Basic skills in accounting, human resource management, organizational effectiveness, information technologies, marketing and business communication will give graduates with a business idea the confidence necessary to seek the necessary support to make their case. The program also covers a wide range of tourism content and will ensure that entrepreneurs have a solid understanding of Alberta's tourism industry; this will ensure they are well equipped to evaluate the tourism market and the viability of their idea.

Related Courses:

- Accounting
- Marketing
- Accommodation Management

### *5.4.2 Describe the consultative process with employers, industry/professional bodies or advisory groups that helped formulate these learning outcomes.*

A focus group was organized by CDEA on request of Centre collégial de l'Alberta in the winter 2008-09 and included representatives from CDEA, a helitour company operating in the Rockies, a trail-rides/guest ranch operator operating in Kananaskis, the foothills and the prairie, an ecotourism operator from Edmonton and a tour operator from Calgary. They all showed keen interest in the project.

Another focus group meeting was held in Canmore on February 27, 2012 with the Executive Director of the Destination Marketing Organization Tourism Canmore Kananaskis, the Economic Development Officer of Canmore Town, the Head of French School Notre Dame des Monts, a representative of the local tourism industry Andrew Nickerson and the Tourism Director of Conseil de développement économique de l'Alberta. They were unanimous in stressing the need for more services in French in the Canmore and Banff area.

The Tourism Industry covers a vast array of regulatory areas, ranging from Food and Beverage, to Hotel Management, to Risk Management and insurance for special events. Extensive work on developing a comprehensive list of essential skills in tourism was completed over a 20 year period by the Canadian Tourism Human Resource Council (CTHRC). Today, Emerit continues to improve the development of the tourism industry through training resources developed in collaboration with tourism industry professionals from across Canada. Training and certification from Emerit is developed by and for the Canadian tourism industry and focuses on assessing not only a person's combined knowledge and skills, but their ability to demonstrate these assets in the workplace or in other relevant contexts.

An extensive competency review was completed to assess course outcomes. Essential competencies from Emerit's tourism essential skills index were used as a comparison point. The competencies for each course is included in the Course outlines in Appendix F and the skills analysis in Appendix G.

### *5.4.3 Provide evidence of alignment/compliance with regulatory, industry, program accreditation and professional accreditation standards relevant to the program.*

There are several certifications to attest to understanding of regulatory processes which are pertinent in the Tourism industry. The *Gestion touristique* program plans to integrate the Food Hygiene, Safety and First Aid course, but other certifications may be useful for students. Students will be informed how their role may require them to interpret safety regulations, identify hazards and put in place policy to over danger, and legal rights and responsibilities including legislation to protect their clients, co-workers, employees and themselves. The following policies, training, legislation and regulation will be covered:



- ProServe
- Workplace Hazardous Materials Information System (WHMIS)
- Human Rights Legislation (“Duty to Accommodate”)
- Food Safe Certification
- Freedom of Information and Protection of Privacy Act (FOIP)
- Personal Information Protection and Electronic Documents Act (PIPED)
- Alberta Employment Standards.

## 5.5 Institutional Quality Assurance

5.5.1 Describe the criteria and methods for evaluating the success of the program and achieving continuous quality improvement. Include expected outcomes, key performance indicators and performance targets for the program.

The proposal to establish the Centre collegial de l'Alberta states that the performance measures that will attest to the success of the programs will be :

- Quality of programs
- Quality of instruction
- Quality and quantity of opportunities for practice-based learning
- Sustained enrollment
- Completion rate of at least 75%
- Levels of satisfaction: students and graduates, employers, instructors
- Financial sustainability

The success of the program Gestion touristique will be tracked using these indicators. There are three governance bodies responsible for oversight of quality control: an executive committee for the college, which has oversight of budget and CCA administration; an Academic Planning Committee, which has oversight on program quality and which includes members of faculty, student representation, admissions and student services faculty and the Faculty Council of the Faculté Saint-Jean.

Program curriculum will be reviewed every three years using the above criteria as well as eCampus standards and the Campus Alberta Quality Council guidelines.

5.5.2 Indicate whether a program advisory committee is planned or in place and, if so, comment on the role of the committee in program quality assurance.

Performance measures will be assessed and feedback from students, employers and the community will be integrated into follow-up actions. The evaluation team is composed of the Dean of Faculté Saint-Jean, the Director of the Collège, the Chair of the Advisory Committee, a CCA staff member and a student.

### RECOMMENDATION (FOR DEPARTMENT USE)

**Do Any Issues or Information Gaps Remain?**

**Recommendation(s)**

**Reviewer(s)**

**Date Completed**

## Appendix A – Courses, Hours, Credits and Schedule

All courses identified with an asterisk are to develop.

| Year 1                                                      |            |           |                                             |            |           |
|-------------------------------------------------------------|------------|-----------|---------------------------------------------|------------|-----------|
| Semester 1                                                  | Hours      | Credits   | Semester 2                                  | Hours      | Credits   |
| GTOCTC100 Tourism and the Tourism Industry*                 | 64         | 3         | TAATC270 Business Law                       | 64         | 3         |
| GTOCTC101 Nature Attractions and Activities*                | 64         | 3         | GTOCTC130 Reception and Concierge Services* | 64         | 3         |
| GTOCTC102 Tourist Information Services and Visitor Centres* | 64         | 3         | GTOCTC120 Heritage Attractions*             | 64         | 3         |
| GTOCTC103 Tourism Product *                                 | 64         | 3         | GTOCTC100 Career Choices*                   | 64         | 3         |
| TAATC110 Introduction to Accounting                         | 64         | 3         | TAATC101 Business Communication 2           | 64         | 3         |
| <b>TOTAL</b>                                                | <b>320</b> | <b>15</b> | <b>TOTAL</b>                                | <b>320</b> | <b>15</b> |

| Semester 3                     | Hours | Credits |
|--------------------------------|-------|---------|
| GTOCTCSTG Practicum – tourism* | 420   | 0       |

| Year 2                                      |            |           |                                              |            |           |
|---------------------------------------------|------------|-----------|----------------------------------------------|------------|-----------|
| Semester 4                                  | Hours      | Credits   | Semester 5                                   | Hours      | Credits   |
| GTOCTC240 Tourist experience development 1* | 64         | 3         | GTOCTC241 Tourist Experience Development 2*  | 64         | 3         |
| GTOCTC231 Regions of the world*             | 64         | 3         | GTOCTC242 Event organization*                | 64         | 3         |
| GTOCTC232 Tour Guide*                       | 64         | 3         | GTOCTC260 Sustainable tourism and quality*   | 64         | 3         |
| GTOCTC220 Culture and authenticity*         | 64         | 3         | TAAMG255 Small Business Management           | 64         | 3         |
| TAAMG202 Business Communication 3           | 64         | 3         | GTOTC270 Food Hygiene, Safety and First Aid* | 64         | 3         |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>320</b> | <b>15</b> | <b>TOTAL</b>                                 | <b>320</b> | <b>15</b> |

## **Appendix B – Course descriptions – English translation**

### Tourism and the Tourism Industry

Students acquire general basic knowledge on the tourism industry and its various sectors in order to understand its functioning. They are able to describe the phenomenon of global tourism and the tourism industry in Alberta and Canada. They can identify tasks, operations, standards, responsibilities and attitudes associated to each work function and compare job prospects. They are able to establish links between the needs of the labour market and training program components and to identify their aptitudes and interests regarding the various types of employment accessible to them.

### Nature Attractions and Activities

Students identify the main features and components of the human and physical geography in Alberta. They become familiar with contexts that explain the presence of the main natural attractions and must-do recreational activities in Alberta. They develop research methods and get acquainted with information sources that enable them to locate, rank and describe natural attractions, flagship species and adventure activities in various tourist areas in Alberta

### Tourist Information Services and Visitor Centres

Students learn about the role of tourist ambassadors in the real context of a visitor information centre. They become aware of their professional image and start a personalized project on ethical and professional best practices in the Albertan tourist industry. They develop behaviours and skills required to establish professional relationships. They plan a visitor welcome and information strategy based on sales strategies such as the SPEX method. They become familiar with tourism documents and virtual tourism information tools.

### Tourism Product

Students become familiar with the various types of accommodation offered in Alberta. They compare the accommodation supply available in various tourist areas of the province to be able to better understand the features, strengths, weaknesses and potential of the accommodation sector. They get to know the transport infrastructure present in Alberta.

### Introduction to Accounting

This course introduces students to basic principles of accounting cycle, including journal entries, adjusting entries, closing entries, balance audit and financial statements. Generally accepted accounting principles are discussed throughout the course. As a final integration of all concepts, students will discuss and analyze financial statements.

### Business Law

The course objective is to develop sophisticated clients. Students learn how to hire a competent lawyer and how to conduct basic legal research online. After reviewing the legal systems of Canada, the course covers how laws are made and enforced by the various branches of government. Constitutional law, including an analysis of the Charter of Rights and Freedoms, follow. Legislation on human rights is also evaluated from a business perspective. The justice system in Alberta is in contrast to the various alternative forms of regulation. Students learn to conduct civil actions before the Provincial Court civil. The tort is examined to identify the debts that companies can face. Insurance law and contract law are

also studied from the perspective of risk management. The course ends with labor law, including common law and relevant legislation.

### Reception and Concierge Services

Students operate as front desk clerks in a real tourist accommodation context. They start by familiarizing with booking systems used in the hospitality industry, following all the steps required to complete a booking. They learn to modify and cancel customer records. They conduct customer check in and check out activities. They provide advice and information services on facilities in the hotel and in and around town. Students also become familiar with the operation of a hospitality company and perform administrative duties.

### Heritage Attractions

Students learn about the great periods of the history of Alberta and its regions. They link these historical periods with particular components of the built heritage of Alberta. They describe the heritage attractions of Alberta, using information sources on history and heritage. They conduct history and heritage research on a region of Alberta.

### Career Choices

Students will gain basic knowledge on the selection of volunteer, seasonal and permanent staff in various sectors of the tourism industry. More specifically, they prepare to enter the labor market for a professional experience in the tourism industry. They identify their personal and professional interests, the job(s) targeted and the steps to get there. Through their efforts, they demonstrate professional attitudes and ability to interact with various stakeholders in the workplace.

### Business Communication 2

The course focuses on descriptive writing techniques appropriate for summaries and critiques and persuasive writing techniques appropriate for business letters and official reports. Communication techniques for job search (resumes, application letters, and interviews) are also covered in a project that includes team activities and individual assignments. Students will research, compile and interpret data to construct an analytical report. They hone their oral skills by preparing oral presentations as well as a formal business presentation.

Practicum: This practicum course provides students with the opportunity to apply concepts and theories from *Gestion touristique* program through practical experience in the job market. They should develop a better understanding of the functioning of some aspect of the tourism sector. The practicum will be administered under the supervision of a faculty member and students will be responsible for producing a report.

### Tourist experience development 1

Students acquire knowledge on the terminology and components of a marketing plan for sustainable, lasting and memorable tourism experiences. They explore the methods and sources of information needed to analyze the internal and external environment of a company. They gain understanding of a company's marketing orientations, learn how to create tourism experiences and how to market tourism products and services.

### Regions of the world

Students recognize physical, human, economic and cultural contexts of the main destinations in America, Europe and Australia. They define the framework of a study on the main tourist attractions and products of a region of the world and locate this region in its geographical, historical and cultural context. They are able to identify and use various information sources to discover and describe the main attractions in the world. They must be able to update their product knowledge, drawing inspiration from emerging products.

### Tour Guide

Students familiarize with the tour guide profession and learn how to plan a guided visit. They develop communication and public speaking techniques adapted to a variety of audiences. They use interpretation techniques required to guide visitor groups effectively and give them an unforgettable experience. They develop skills and work methods associated with group leading and with being a tour director. They learn how to solve problems and manage emergency situations pertaining to this type of job.

### Culture and authenticity

Students identify the main dimensions of a culture, great cultural eras and specific elements of the world great civilizations in the world. They learn the characteristics of the Albertan culture. They develop competencies in comparing several features of the Albertan culture with other cultures. They identify and present the results of research on a cultural aspect of Alberta having an impact on tourism.

### Business Communication 3

In this course, students will cover concepts such as cultural diversity, ethics, teamwork and the use of technology in order to maximize work alone and in teams, and this, in the context of business communication. Students experience job searching in French and English that will lead to find an internship.

### Tourist Experience Development 2

Students participate in the improvement or creation of tourist products, services and activities. They improve products based on their life cycle into account or modify them according to client expectations and concerns regarding sustainable tourism. They research and produce information relevant to writing a business plan.

### Event organization

Students participate actively in the organization of one or more events. They learn the various stages of planning, organizing, conducting and evaluating the event. They take part in project management and use appropriate tools for this function: feasibility studies, budgets, missions, goals and objectives, timelines, Gantt chart, organisational structure etc. They develop skills for team work and use various methods for this purpose.

### Sustainable tourism and quality

Students learn to differentiate between types of certification associated with service quality or sustainability of tourism. They plan all steps necessary for setting up a customer culture in an enterprise in a context of sustainable tourism development. They write a promise, commitments and service standards. They develop skills to mobilize a team in a project aiming to integrate customer experience management.

### Small Business Management

This course focuses on the distinctive challenges and issues associated with managing small businesses. The course uses the knowledge introduced in the first year of business studies and applies it to decision-making by owners / managers in a small business environment. The course contains elements of initial marketing, planning, research and strategic marketing, cash flow management, financing, operations management, and the most legal considerations that must be mastered by owners of small businesses.

### Food Hygiene, Safety and First Aid

This course enables students to obtain certificates that are required for many professions in the tourism industry: Food Hygiene, First Aid in the Workplace, Wilderness and Remote First Aid.

Appendix C – Survey



Résultats d'étude  
Programme de formation de niveau collégial

7/18/2011  
Centre collégial de l'Alberta  
Cindy Garneau



## Introduction

La Faculté Saint-Jean se définit aujourd'hui par son statut universitaire de langue française. Elle dessert les étudiants capables de poursuivre en français des études universitaires. La Faculté se donne pour mission de répondre aux besoins particuliers des francophones de l'Ouest du Canada.

De plus, au cours des vingt dernières années, la communauté francophone de l'Alberta a fait du lobbying pour le développement de programmes de niveau collégial et des programmes de formation continue en français en Alberta.

En juillet 2009, le ministre de l'Enseignement supérieur et de la Technologie a approuvé une modification du mandat de l'Université de l'Alberta. Ce changement permet maintenant l'offre de programmes de langue française menant à des certificats ou des diplômes de niveau collégial.

## Objectif

Le Campus Saint-Jean souhaite offrir un programme de formation de niveau collégial en soins infirmiers auxiliaires (LPN), et par la suite, d'autres programmes de formation en français dans le domaine de la santé.

Pour appuyer ce projet, nous avons créé un sondage pour récolter des données au sujet du niveau d'intérêt des élèves des écoles francophones et d'immersion à suivre leur formation postsecondaire de niveau collégial en français.

## Méthodologie

Pour optimiser la réussite de cette étude, il était essentiel que le Centre collégial de l'Alberta communique directement avec les directions des écoles francophones et d'immersion française de l'Alberta. Les directions d'école ont donc été le point central entre le Centre collégial de l'Alberta et les étudiants de 10<sup>ième</sup>, 11<sup>ième</sup> et 12<sup>ième</sup> années (population cible).

En collaboration avec eux, un questionnaire électronique (<https://www2.csj.ualberta.ca/sondage/SurveyList.asp>) ainsi qu'une version papier du questionnaire ont été distribués dans les écoles francophones et d'immersion française de l'Alberta. L'administration du questionnaire a été effectuée durant les mois d'avril, mai et juin 2011.

QUESTION 1/8

Nom de votre école :

|                                                 | <b>Effectifs</b> | <b>Fréquence</b> |
|-------------------------------------------------|------------------|------------------|
| École Maurice-Lavallée                          | 95               | 19.27%           |
| École La Rose Sauvage                           | 66               | 13.39%           |
| École publique Gabrielle-Roy                    | 60               | 12.17%           |
| Archbishop O'Leary High School                  | 33               | 6.69%            |
| Holy Trinity Academy                            | 32               | 6.49%            |
| Assumption Jr/Sr High School                    | 30               | 6.09%            |
| École J.H. Picard                               | 28               | 5.68%            |
| St. Joseph High School                          | 25               | 5.07%            |
| École Secondaire Beaumont Composite High School | 23               | 4.67%            |
| École Secondaire Notre Dame High School         | 20               | 4.06%            |
| École du Sommet                                 | 17               | 3.45%            |
| St. Mary's High School                          | 11               | 2.23%            |
| Peace River High School                         | 11               | 2.23%            |
| Lindsay Thurber Comprehensive High School       | 10               | 2.03%            |
| Edwin Parr Composite High School                | 9                | 1.83%            |
| École le Ruisseau                               | 6                | 1.22%            |
| École Sainte-Marguerite Bourgeoys               | 4                | 0.81%            |
| École Saint-Christophe                          | 4                | 0.81%            |
| Lester B. Pearson High School                   | 4                | 0.81%            |
| Bishop McNally High School                      | 2                | 0.41%            |
| West Central High School                        | 2                | 0.41%            |
| École Notre-Dame des Monts                      | 1                | 0.20%            |
| <b>Total/Répondants</b>                         | <b>451</b>       |                  |

## QUESTION 2/8

Nom de ville/village :

|                         | Effectif   | Fréquence |
|-------------------------|------------|-----------|
| Edmonton                | 220        | 44.62%    |
| Calgary                 | 88         | 17.85%    |
| Okotoks                 | 32         | 6.49%     |
| Cold Lake               | 30         | 6.09%     |
| Beaumont                | 23         | 4.67%     |
| Grande Prairie          | 23         | 4.67%     |
| Bonnyville              | 19         | 3.85%     |
| St.-Paul                | 15         | 3.04%     |
| Peace River             | 11         | 2.23%     |
| Red Deer                | 10         | 2.03%     |
| Athabasca               | 9          | 1.83%     |
| Brooks                  | 6          | 1.22%     |
| Wainwright              | 4          | 0.81%     |
| Rocky Mountain House    | 2          | 0.41%     |
| Canmore                 | 1          | 0.20%     |
| <b>Total/Répondants</b> | <b>493</b> |           |

|                     | Effectif | Fréquence |
|---------------------|----------|-----------|
| Nord de l'Alberta   | 107      | 21.7%     |
| Centre de l'Alberta | 247      | 50.1%     |
| Sud de l'Alberta    | 139      | 28.2%     |

\*Cold Lake, Grande Prairie, Bonnyville, St. Paul, Peace River et Athabasca sont dans la catégorie du **Nord de l'Alberta**.

\* Edmonton, Beaumont et Wainwright sont dans la catégorie du **Centre de l'Alberta**.

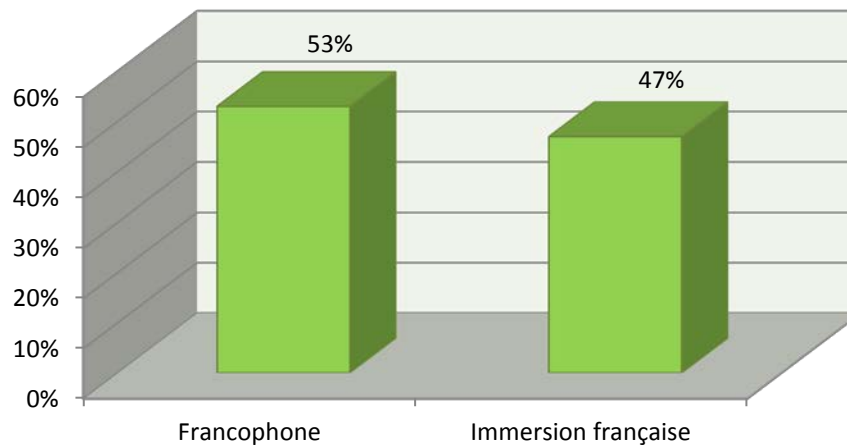
\* Calgary, Okotoks, Brooks, Rocky Mountain House et Canmore sont dans la catégorie du **Sud de l'Alberta**.

### QUESTION 3/8

Je suis inscrit dans une école :

|                     | Effectifs | Fréquence |
|---------------------|-----------|-----------|
| Francophone         | 259       | 53%       |
| Immersion française | 234       | 47%       |
| Total/Répondants    | 493       |           |

### Je suis inscrit dans une école...

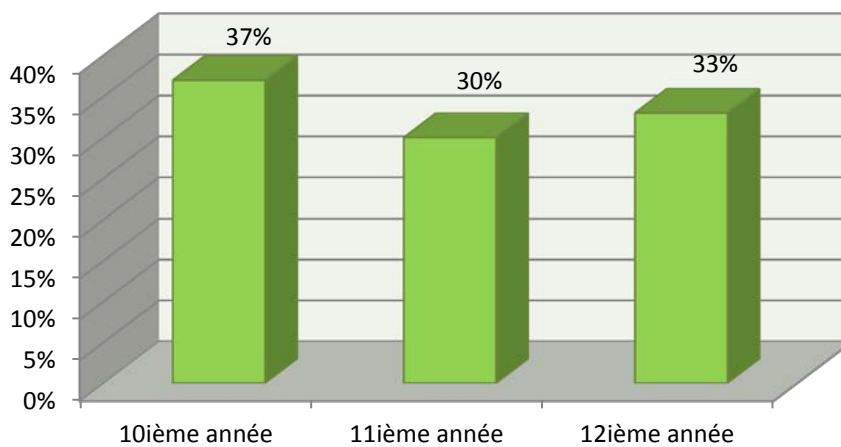


## QUESTION 4/8

Je suis présentement en :

|                  | Effectifs | Fréquence |
|------------------|-----------|-----------|
| 10ième année     | 184       | 37%       |
| 11ième année     | 148       | 30%       |
| 12ième année     | 161       | 33%       |
| Total/Répondants | 493       |           |

### Je suis présentement en...

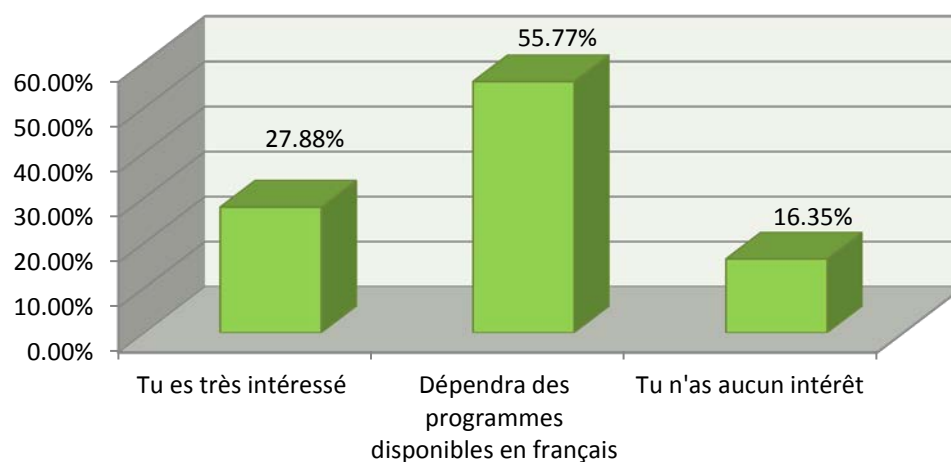


## QUESTION 5/8

Quel est ton intérêt à poursuivre tes études postsecondaires en français?

|                                                 | Effectifs | Fréquence |
|-------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Tu es très intéressé                            | 133       | 27.88%    |
| Dépendra des programmes disponibles en français | 266       | 55.77%    |
| Tu n'as aucun intérêt                           | 78        | 16.35%    |
| Total/Répondants                                | 477       |           |
| Questions non-répondues                         | 16        |           |

### Quel est ton intérêt à poursuivre tes études postsecondaires en français?

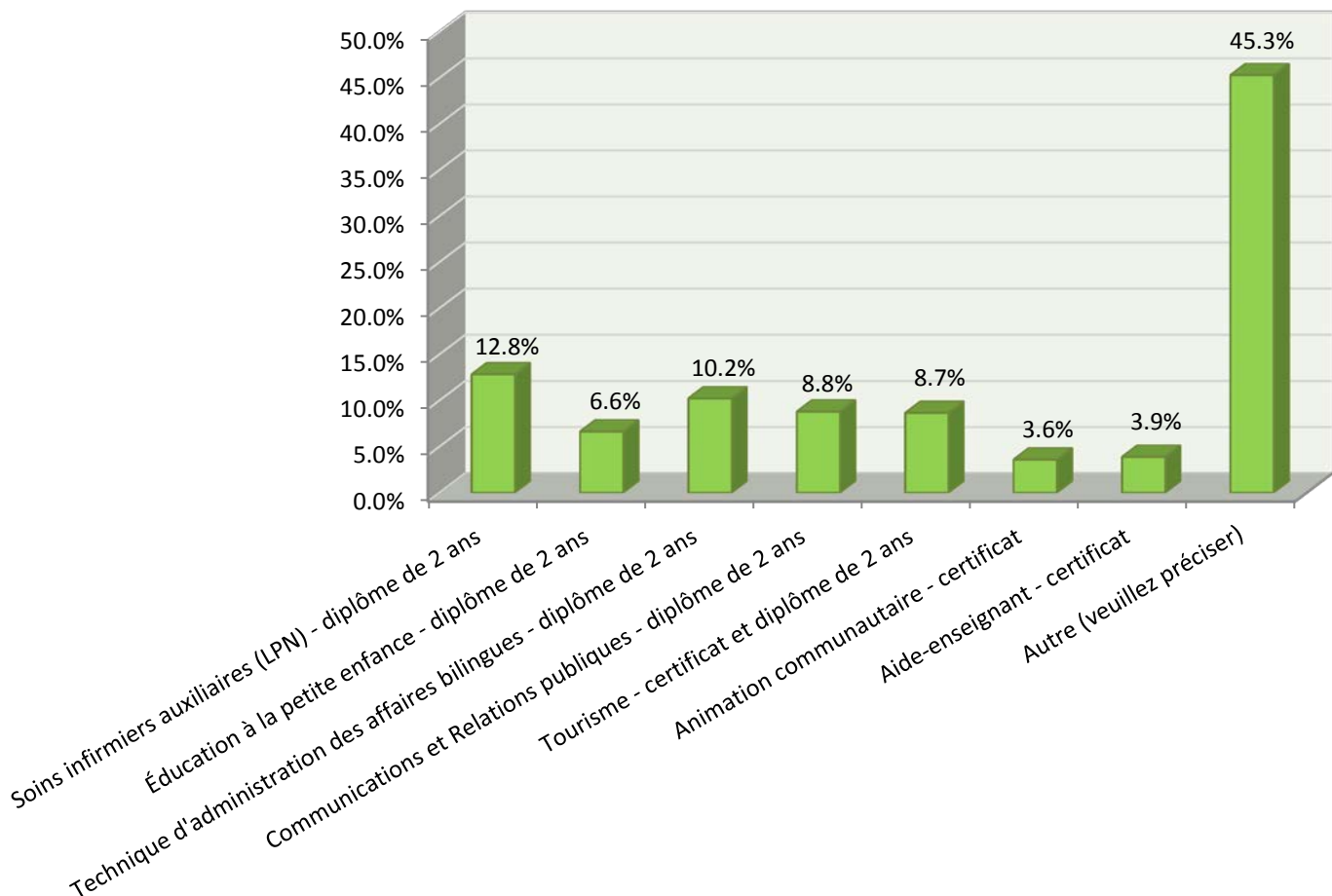


## QUESTION 6/8

Quels programmes d'études collégiaux, parmi les choix suivants, correspondent à tes intérêts?

|                                                                      | Réponses | % de réponses |
|----------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| Soins infirmiers auxiliaires (LPN) - diplôme de 2 ans                | 89       | 12.8%         |
| Éducation à la petite enfance - diplôme de 2 ans                     | 46       | 6.6%          |
| Technique d'administration des affaires bilingues - diplôme de 2 ans | 71       | 10.2%         |
| Communications et Relations publiques - diplôme de 2 ans             | 61       | 8.8%          |
| Tourisme - certificat et diplôme de 2 ans                            | 60       | 8.7%          |
| Animation communautaire - certificat                                 | 25       | 3.6%          |
| Aide-enseignant - certificat                                         | 27       | 3.9%          |
| Autre (veuillez préciser)                                            | 314      | 45.3%         |
| Total/Répondants                                                     | 693      |               |

### Quels programmes d'étude collégiaux, parmi les choix suivants, correspondent à tes intérêts?



| <u>Autres cours</u>               | <u>Effectif</u> | <u>Fréquence</u> |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|
| Aucune réponse                    | 95              | 27.86%           |
| Aide en soins de santé/à domicile | 21              | 6.16%            |
| Ingénierie                        | 19              | 5.57%            |
| Sciences                          | 15              | 4.40%            |
| Arts                              | 15              | 4.40%            |
| Psychologie                       | 12              | 3.52%            |
| Mécanique                         | 10              | 2.93%            |
| Travail social                    | 10              | 2.93%            |
| Médecin                           | 9               | 2.64%            |
| Programme musical                 | 9               | 2.64%            |
| Avocat/loi                        | 8               | 2.35%            |
| Cours pour devenir police         | 8               | 2.35%            |
| Science infirmières               | 7               | 1.17%            |
| Technologie                       | 7               | 2.05%            |
| Programmation graphique           | 7               | 2.05%            |
| Criminologie                      | 7               | 2.05%            |
| Vétérinaire                       | 3               | 0.88%            |
| Éducation                         | 6               | 1.76%            |
| Administration des affaires       | 5               | 1.47%            |
| Kinésiologie/Physiothérapie       | 5               | 1.47%            |
| Éducation physique                | 5               | 1.47%            |
| Photographie                      | 5               | 1.47%            |
| Électricien                       | 3               | 0.88%            |
| Pharmacie                         | 3               | 0.88%            |
| Construction                      | 3               | 0.88%            |
| Sciences environnementales        | 3               | 0.88%            |
| Traduction/Orthophonie            | 3               | 0.88%            |
| Pétrolier                         | 3               | 0.88%            |
| Esthétique/coiffure               | 3               | 0.88%            |
| Entraîneur                        | 3               | 0.88%            |
| Architecture                      | 2               | 0.59%            |
| EMT                               | 2               | 0.59%            |
| Sociologie                        | 2               | 0.59%            |
| Recrutement militaire             | 2               | 0.59%            |
| Théâtre                           | 2               | 0.59%            |
| Journalisme/Écriture              | 2               | 0.59%            |
| Paramédical                       | 2               | 0.59%            |
| EMR                               | 1               | 0.29%            |
| Littérature                       | 1               | 0.29%            |
| Hospitalité                       | 1               | 0.29%            |
| Anthropologie                     | 1               | 0.29%            |
| Agent d'immigration               | 1               | 0.29%            |
| Dentisterie                       | 1               | 0.29%            |
| Sciences politiques               | 1               | 0.29%            |
| Astronomie                        | 1               | 0.29%            |
| Génie génétique                   | 1               | 0.29%            |
| Plombier                          | 1               | 0.29%            |
| Charpentier                       | 1               | 0.29%            |
| Mathématiques                     | 1               | 0.29%            |
| La mode                           | 1               | 0.29%            |
| Massothérapie                     | 1               | 0.29%            |
| Nutrition                         | 1               | 0.29%            |

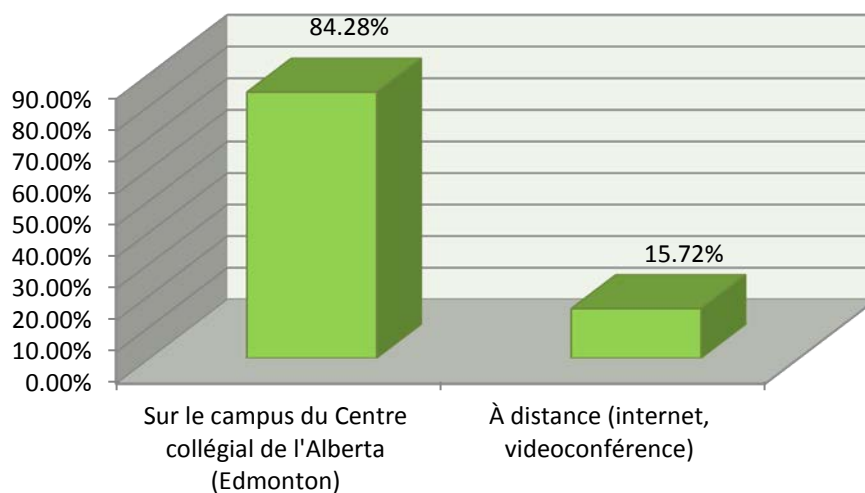


## QUESTION 7/8

Tu aimerais poursuivre tes études postsecondaires :

|                                                           | Effectifs | Fréquence |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Sur le campus du Centre collégial de l'Alberta (Edmonton) | 343       | 84.3%     |
| À distance (internet, vidéoconférence)                    | 64        | 15.7%     |
| Total/Répondants                                          | 407       |           |
| Questions non-répondues                                   | 87        |           |

### Tu aimerais poursuivre tes études postsecondaires:



## QUESTION 8/8

Tes suggestions en ce qui a trait à l'offre de programmes d'études postsecondaires en français (collégial) en Alberta :

| Genre de commentaires                                                                                                                         | Nombre de commentaires de ce genre |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Il faut offrir une plus grande variété de programmes                                                                                          | 17                                 |
| Je veux étudier à une autre institution (universitaire)                                                                                       | 11                                 |
| Je veux étudier à une autre institution (pas spécifié)                                                                                        | 9                                  |
| Les programmes en français sont très avantageux et nous donnent plusieurs opportunités dans ce pays bilingue                                  | 8                                  |
| Je suis intéressé à poursuivre mes études au Québec                                                                                           | 7                                  |
| C'est nécessaire d'offrir plus d'institutions francophones dans d'autres endroits pour qu'ils soient plus accessibles                         | 4                                  |
| Je suis intéressé à poursuivre mes études postsecondaires en français                                                                         | 4                                  |
| Je suis intéressé à poursuivre mes études postsecondaires en anglais                                                                          | 3                                  |
| Il faut offrir des programmes avec de meilleures opportunités de carrières                                                                    | 3                                  |
| Le collège francophone est une très bonne idée                                                                                                | 2                                  |
| Il faut offrir des programmes qui ont plus d'opportunités d'emploi                                                                            | 2                                  |
| J'ai aucune idée où je veux poursuivre mes études postsecondaires ni dans quel programme                                                      | 2                                  |
| Il y a un grand manque d'institutions postsecondaires en français ici en Alberta                                                              | 2                                  |
| L'option de ne pas prendre tous les cours en français                                                                                         | 1                                  |
| Je suis intéressé à poursuivre mes études en français mais le programme qui m'intéresse n'est pas offert en français                          | 1                                  |
| Les programmes d'études postsecondaires en français et les bourses pour les études en français qu'offre le Campus Saint-Jean sont très bonnes | 1                                  |
| Je ne vise pas à continuer mes études après l'école secondaire                                                                                | 1                                  |
| Presque tous mes cours en école secondaire sont en anglais alors ça sera très difficile à changer au français                                 | 1                                  |
| Il faut s'assurer que ce que vous annoncer s'adresse aux intérêts des étudiants futurs                                                        | 1                                  |

## Conclusion

Il y a de l'intérêt certain pour de la formation collégiale en français en Alberta.

## **Appendix D : Letters of support**

Kate Peters  
Director, Centre collégial de l'Alberta  
University of Alberta  
8406, rue Marie-Anne Gaboury (91st Street)  
Edmonton, Alberta, T6C 4G9

September 17th, 2014

Dear Kate:

On behalf of the Faculty of Physical Education and Recreation at the University of Alberta, I am pleased to provide this letter of support to the Campus Saint-Jean for their development of the Gestion touristique Diploma program at the Centre collégial de l'Alberta. The Faculty of Physical Education and Recreation is a recognized leader in the development of leisure and tourism studies, and I was excited to learn of this proposed diploma program as it will provide additional opportunities for students in this field at the University of Alberta.

The addition of a French-language program to the University of Alberta will respond to a growing interest in Tourism as an area of studies and tourism careers. Bilingual graduates of the diploma program may wish to pursue the Bachelor of Arts in Recreation, Sport, and Tourism (BARST) or one of our planned certificate programs. The BARST or other non-credit options will deepen their understanding of Recreation, sport, and tourism as forms of leisure and their impact on individuals and in communities.

Collaboration and integration are priorities of the Faculty of Physical Education and Recreation. We believe we have much to offer the students and graduates of the Gestion touristique program and look forward to finding opportunities to develop learner pathways with existing and new programs.

Yours truly



Janice Causgrove Dunn, PhD  
Associate Professor and Associate Dean Undergraduate  
Faculty of Physical Education and Recreation



September 29, 2014

Kate Peters  
Directrice | Director  
Centre collégial de l'Alberta  
University of Alberta  
8406, rue Marie-Anne Gaboury (91st Street)  
Edmonton, Alberta T6C 4G9

Dear Ms. Peters:

It is our pleasure to provide a letter of support to the Centre collégial de l'Alberta (CCA), Campus Saint-Jean at the University of Alberta for the development of a Tourism Management program. Olds College and Chinook's Edge School Division, through the Community Learning Campus joint venture, are interested in further exploring opportunities for collaboration between our institutions including the development of online or blended dual credit courses in French for delivery in French Immersion and Francophone schools.

Olds College (OC) and Chinook's Edge School Division (CESD) have recently launched a new collaboration for dual credit courses in the OC Hospitality and Tourism Program (HAT). The development of these dual credit courses was made possible through funding provided by a Provincial Dual Credit Strategy grant. Several of these courses could have potential for delivery in French and would benefit from Franco-Albertan cultural content.

The development of dual credit courses increases access to post-secondary programs and is widely recognized as a motivating and positive experience for high school students. We believe that these programs will be of interest to French Immersion and Francophone schools across the province.

We look forward to exploring the many opportunities which could arise for collaboration between Olds College and the Centre collégial de l'Alberta.

Yours truly,

Ralph Troeschke  
Dean  
School of Agribusiness, Land & Fashion

Barb Mulholland  
Director of Learning  
Community Learning Campus





Whitehorse le 28 mars 2013,

Line Croussette, MBA, Doyenne adjointe et directrice  
Centre collégial de l'Alberta  
Campus St-Jean, University of Alberta  
8627, rue Marie-Anne Gaboury  
Edmonton  
T6C 3N1

Madame Croussette,

C'est avec grand plaisir que je vous écris au nom de service de formation de l'Association franco-yukonnaise afin de vous confirmer notre appui à votre projet de programme en gestion touristique.

En effet, le Yukon est une terre de tourisme et de plus en plus d'entreprises touristiques recherchent des employés bilingues. Il semble que depuis 2009, le nombre de visiteurs provenant de la France ait connu une hausse annuelle cumulative de 59%. Ces visiteurs ont un niveau d'anglais faible d'où l'importance de pouvoir offrir des services dans l'industrie touristique en français afin de mieux les recevoir et les servir.

Plusieurs entreprises de tourisme d'aventure communiquent régulièrement avec nous afin de trouver des employés francophones. Ils pourraient également être des potentiels lieux de stage. Certains musées donnent aussi la priorité aux candidats bilingues lors d'embauche l'été. L'hôtellerie est également un domaine qui recrute régulièrement du personnel bilingue et pourraient recevoir des stagiaires l'été.

Nous sommes confiants que grâce à une bonne promotion nous pourrions recruter des étudiants potentiels et sommes prêts et intéressés à collaborer avec vous dans l'offre de formation.

Plusieurs des cours identifiés dans le programmes tel que, attraits naturels et activités, accueil et information touristique, attraits patrimoniaux, guide touristique, tourisme durable et de qualité, sont de grand intérêt et adaptés aux besoins des entrepreneurs touristiques du Yukon.

En espérant que ces informations vous aideront dans le développement de votre programme nous vous souhaitons bonne chance afin que ce projet très intéressant se réalise dans les meilleurs délais.

Veillez recevoir, madame Croussette, mes sincères salutations.

Isabelle Salessé  
Directrice générale

---

Association franco-yukonnaise, 302, rue Strickland, Whitehorse (Yukon) Y1A 2K1  
☎ 867 668-2663 📠 867 668-3511 ✉ [afy@afy.ca](mailto:afy@afy.ca) [www.afy.ca](http://www.afy.ca)

---

August 31, 2012

Ms. Julie Fafard  
Director Tourism Development and Entrepreneurship  
Conseil de developpement economique de l'Alberta

Please accept this letter as written confirmation of our interest and support for a 2 year Tourism Management training program in French through the University of Alberta. As an Anglophone Quebecer myself I truly understand the needs and demands for French services in Alberta.

There is not a day goes by that we are not called upon to provide services in French by phone, e-mail or in person. The need for services in French is particularly evident in the Bow Valley where in the 2011 census 5% of residents identified French as their first language.

Alpine Helicopters would not only be interested in seeing this program developed but would consider hiring qualified individuals of the program in on-the job training positions.

Should you have any questions concerning this testimonial please do not hesitate to contact me directly.

Sincerely,

Jo-Anne Kobelt  
Assistant Manager of Tourism  
Alpine Helicopters  
Canmore, AB





Atlas Coal Mine National Historic Site  
Box 521, 110 Century Dr./East Coulee, AB/T0J 1B0  
Phone (403) 822-2220 Fax 822-2225  
[www.atlascoalmine.ab.ca](http://www.atlascoalmine.ab.ca) [info@atlascoalmine.ab.ca](mailto:info@atlascoalmine.ab.ca)

---

Julie Fafard  
Le Conseil de développement économique de l'Alberta  
940 - 105 12e Avenue SE  
Calgary, AB T2C 1A1

June 25, 2012

Dear Ms. Fafard,

I operate a busy historic site in the Drumheller valley. Our visitation is primarily a subset of the 400,000 visitors to the Royal Tyrrell Museum. This museum attracts guests from across Canada and around the world. The Tyrrell, the Atlas, and indeed all of the attractions in the valley, are not well positioned to serve the francophone visitor. I believe having more bilingual frontline workers in the tourism sector would benefit both the visitor and the operators.

Qualified bilingual staff are the key ingredient. At present, they are in short supply in Alberta. Atlas runs an aggressive staff recruitment program, and yet we receive very few bilingual applicants. A training program would address this shortage.

If the St. Jean campus developed a Tourism Management program, Atlas would post jobs positions there, and these students would receive careful consideration.

I support the idea of the U. of A CCDA Tourism Management program.

Sincerely,

Linda Digby  
Executive Director  
Atlas Coal Mine Historical Society

February 9<sup>th</sup>, 2012

Ms. Line Croussette  
Executive Director and Assistant Dean  
Centre collégial de l'Alberta  
8627 Marie-Anne Gziboury (31<sup>e</sup> Street), Suite 140  
Edmonton (Alberta) T6C 3N1

Dear Madam,

**Re: Support and work experience placement for Tourism Management and Adventure and Ecotourism Diplomas students**

GO Backpackers Hostel is pleased to support the French language programs *Gestion touristique (Tourism Management Diploma)* and *Écotourisme et tourisme d'aventure (Adventure and Ecotourism Diploma)*, proposed by the Centre collégial de l'Alberta, Campus Saint-Jean of University of Alberta. Our many tourist attraction sites receive each year many French speaking clients. We need employees who speak and understand French to provide quality services to francophone clients, in particular those who have little or no knowledge of English. We believe it is important that the Centre collégial de l'Alberta offer French-language training programs with English and Spanish courses that will meet the needs of today's work market, and prepare students to meet the needs of the growing number of French-speaking and multicultural visitors in Alberta.

GO Backpackers Hostel is happy to be part of this initiative by offering to serve as a work experience placement site for students of the French-language Tourism Management Diploma and Adventure and Ecotourism diploma programs. This collaboration will enable the students to develop necessary skills and gain work experience, while preparing qualified workers that are needed in the work force. Indeed, these placements may lead to offers of employment for your graduates within our company.

We sincerely hope that these deserving programs will receive the approval and support of the University of Alberta Governance and the Minister of Advanced Education and Technology.

Sincerely,

  
General Manager



Calgary, April 3rd 2012

Ms. Line Crousselle  
Executive Director and Assistant Dean  
Centre collégial de l'Alberta  
3627 Marie-Anne Gaboury (91st Street), Suite 140  
Edmonton (Alberta) T6C 3N1

Dear Madam,

**Re: Support and work experience placement for Tourism Management and Adventure and Ecotourism Diplomas students**

Le Conseil de développement économique de l'Alberta (CDEA) is pleased to support the French-language programs *Gestion touristique (Tourism Management Diploma)* and *Écotourisme et tourisme d'aventure (Adventure and Ecotourism Diploma)* proposed by the Centre collégial de l'Alberta, Campus Saint-Jean of University of Alberta.

We strongly believe in the importance of having bilingual employees within our company. Our many tourist attraction sites receive each year many French-speaking clients. We need employees who speak and understand French to provide quality services to francophone clients, in particular those who have little or no knowledge of English.

We believe it is important that the Centre collégial de l'Alberta offer French-language training programs with English courses that will meet the needs of today's work market, and prepare students to meet the needs of the growing number of French-speaking and multicultural visitors in Alberta.

CDEA is happy to be part of this initiative by offering to serve as a work experience placement site for students of the French-language Tourism Management Diploma and Adventure and Ecotourism diploma programs.

This collaboration will enable the students to develop necessary skills and gain work experience, while preparing qualified workers that are needed in the work force. Indeed, these placements may lead to offers of employment for your graduates within our company.

We sincerely hope that these deserving programs will receive the approval and support of the University of Alberta Governance and the Minister of Advanced Education and Technology.

Sincerely,

**Julie Fafard**

Director, Tourism Development and Entrepreneurship  
Conseil de développement économique de l'Alberta

Hello Cindy,

Thank you for your emails and information, and for considering Parks Canada Agency in your partnership. I have read the enclosed information.

The Mountain National Parks (of whom I represent) would certainly be interested in supporting your program in future by possibility being able to accommodate students in our co-op/ Internship program. However as each field unit and manager is responsible for their own recruitment each season, I cannot make a commitment on their behalf in writing. While I certainly support the fantastic program you are developing, and hope to be able to offer internship opportunities to your students, I do not believe at this time that I have the ability to write the letter you are requesting.

We look forward to learning more about your program and students! We would certainly be interested in being contacted in future regarding students who are interested in internships with our organization , and will do our best to accommodate them within our student programs where possible!

Thank you for your time and information!

Kind Regards,

Amanda Coon

A/Human Resources Officer - Agente des ressources humaines Banff National Park / Waterton Lakes National Park Parc national Banff/ Parc national Waterton Parks Canada / Parcs Canada

[amanda.coon@pc.gc.ca](mailto:amanda.coon@pc.gc.ca)

Telephone | Téléphone 403-760-1361

Facsimile | Télécopieur 403-762-1506

[www.pc.gc.ca/mpcareers](http://www.pc.gc.ca/mpcareers) | [www.pc.gc.ca/carrierespm](http://www.pc.gc.ca/carrierespm) Government of Canada | Gouvernement du Canada

100 years, Come Celebrate! | 100 ans, Soyez de la fête!

(Embedded image moved to file: pic26790.jpg)



June 12, 2012

Mrs. Line Croussette  
University of Alberta  
[crousset@ualberta.ca](mailto:crousset@ualberta.ca)

Attention: Mrs. Croussette,

French Collegial Training in Alberta – Tourism Management

Greetings from the Rocky Mountain Ski Lodge in Canmore. I am writing to you to show my support for the proposed Tourism Management training program in French.

As General Manager of this motel/lodge property in the Canadian Rockies, I see the need for bilingual people. When hiring front office staff, we are always looking for individuals with a second language, English and of course French. While English is generally spoken, a French speaking person is sometimes requested for not only French speaking Canadians but from France, Belgium, Switzerland and other French locals.

Tourism Training in French would help support the strong tourism economy of the province and help address the constant employee shortages of our industry.

We would be willing to hire students for housekeeping and front desk for on the job training and eventually hire graduates with suitable training.

If further information is required, please contact me at your convenience.

Thank you.

Regards,

  
Donna Trautman  
General Manager

1711 Bow Valley Trail, P.O. Box 8070, Canmore, Alberta, Canada, T1W 2T8  
phone: (403) 678-5445 fax: (403) 678-6484 reservations: 1-800-685-6111  
email: [info@rockyski.ca](mailto:info@rockyski.ca) web: [www.rockyski.ca](http://www.rockyski.ca)



**SAWRIDGE INN**  
AND CONFERENCE CENTRE  
JASPER

Le 2 aout 2012,

A qui de droit,

Veuillez accepter cette lettre d'appui en ce qui concerne la formation collégiale en français en Alberta, spécifiquement en ce qui concerne une gestion touristique.

Nous (le Sawridge Inn and Conference Centre Jasper – et le groupe d'hôtels « Sawridge Inns ») sommes convaincus du besoin d'avoir un programme d'études en français pour la gestion touristique. Le secteur d'hospitalité est rapidement devenu un secteur avec une audience globale, qui nécessite de former des personnes compétentes dans nos deux langues officielles.

Non seulement nous reconnaissons ce besoin immédiat, mais nous avons aussi un grand intérêt à supporter cette initiative en participant activement au programme de stagiaires associé aux études en gestion touristique.

L'industrie touristique est très importante pour l'économie de l'Alberta, il est donc également important de concevoir un programme d'études en Français en Alberta de façon à rencontrer les futures demandes de ce secteur.

Sincèrement,

Pierre Frigon  
Directeur des ventes et marketing  
Sawridge Inns and Conference Centres

Sawridge Inn and Conference Centre Jasper  
PO Box 2080 – 76 Connaught Drive – Jasper – Alberta – T0E 1C0  
1 888 729 7343 – [www.sawridge.com](http://www.sawridge.com)



January 30<sup>th</sup>, 2012

Ms. Line Croussette  
Executive Director and Assistant Dean  
Centre collégial de l'Alberta  
8627 Marie-Anne Gaboury (91<sup>st</sup> Street), Suite 140  
Edmonton (Alberta) T6C 3N1

Dear Madam,

Re: Support and work experience placement for Tourism Management and Adventure and Ecotourism Diplomas students

The Sawridge Inn Jasper is pleased to support the French-language programs *Gestion touristique (Tourism Management Diploma)* and *Écotourisme et tourisme d'aventure (Adventure and Ecotourism Diploma)* proposed by the Centre collégial de l'Alberta, Campus Saint-Jean of University of Alberta. Our many tourist attraction sites receive each year many French-speaking clients. We need employees who speak and understand French to provide quality services to francophone clients, in particular those who have little or no knowledge of English. We believe it is important that the Centre collégial de l'Alberta offer French-language training programs with English and Spanish courses that will meet the needs of today's work market, and prepare students to meet the needs of the growing number of French-speaking and multicultural visitors in Alberta.

The Sawridge Inn Jasper is happy to be part of this initiative by offering to serve as a work experience placement site for students of the French-language Tourism Management Diploma and Adventure and Ecotourism diploma programs. This collaboration will enable the students to develop necessary skills and gain work experience, while preparing qualified workers that are needed in the work force. Indeed, these placements may lead to offers of employment for your graduates within our company.

We sincerely hope that those deserving programs will receive the approval and support of the University of Alberta Governance and the Minister of Advanced Education and Technology.

Sincerely,

*Pierre Frigon*

Pierre Frigon  
Sales and Marketing Manager  
Sawridge inn Jasper

Sawridge Inn and Conference Centre Jasper  
PO Box 2080 – 76 Connaught Drive – Jasper – Alberta – T0E 1E0  
1 888 729 7343 - [www.sawridge.com](http://www.sawridge.com)

THE WESTIN CALGARY  
122 4th Avenue SW, Calgary, AB T2P 1S6 Canada  
T 403.261.6161 F 403.267.7948  
www.westincalgary.com

Jeudi, le 23 Août

À qui de droit,

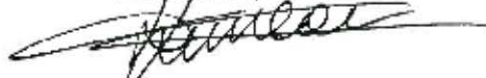
Calgary est une ville en pleine croissance et son ouverture sur le monde en fait l'une des villes les plus cosmopolites au Canada. Beaucoup d'entreprises françaises et québécoises s'y implantent et s'y développent avec succès, augmentant ainsi le nombre de clients parlant français. Cette croissance est également touristique, notamment en raison des voyageurs en provenance des pays francophones. Cette croissance économique et cette ouverture sur le monde accroît la demande pour un service en français.

Les conditions économiques particulières à Calgary occasionnent également une pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Une formation collégiale en français permettrait d'attirer des étudiants francophones d'Alberta, mais également d'autres provinces canadiennes et de pays de la francophonie. Cette main-d'œuvre serait ensuite un bassin indéniable de talents bilingues pour l'hôtellerie albertaine.

Le Westin Calgary a déjà quelques membres francophones au sein de son équipe et nous serions heureux d'y ajouter de nouveaux membres. Nous serions prêts à ouvrir nos portes à des stagiaires afin de parfaire leurs connaissances et compétences professionnelles des étudiants du Centre Collégial de l'Alberta.

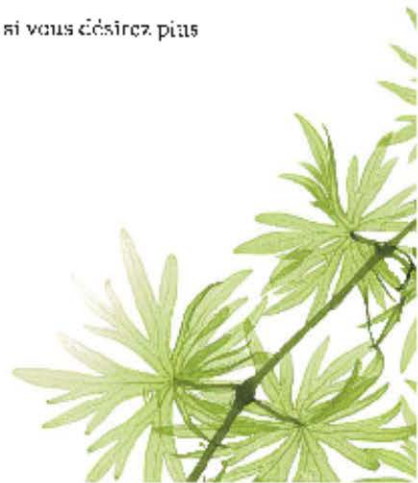
Merci de communiquer avec moi directement, si vous désirez plus d'informations.

Cordialement,



Didier Lincen  
Directeur général

403-508.5200





## **Appendix E : Course Outlines**

# GTOTC100 – Dynamique du tourisme

**INTRODUCTION :** L'étudiant acquiert des connaissances générales de base sur l'industrie du tourisme et ses différents secteurs pour en comprendre la dynamique. Il est en mesure de caractériser le phénomène du tourisme dans le monde, l'industrie du tourisme en Alberta et au Canada. L'étudiant identifie les tâches, opérations, normes, responsabilités et attitudes inhérentes à chacune des fonctions de travail et compare les perspectives d'emploi. L'étudiant sera ainsi amené à établir des liens entre les besoins du marché du travail et les composantes du programme de formation, à identifier ses aptitudes et ses intérêts et à se situer en regard des différents emplois accessibles au technicien en tourisme.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats | Après avoir terminé ce cours avec succès, vous serez en mesure de :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Le vocabulaire du tourisme : touriste, tourisme, loisirs (temps de travail/temps libre, temps libre dans le monde). Définir l'industrie touristique : ses secteurs, la taille des entreprises, les types de propriété. Reconnaître les secteurs du tourisme et leurs intervenants. Le schéma de la dynamique du tourisme.</p> <p>Comprendre le fonctionnement d'une entreprise: Le système entreprise, les secteurs du tourisme, les types d'entreprises, mode de propriété, statut juridique,</p> <p>Le tourisme comme industrie de service, la définition d'un service, les caractéristiques d'un service.</p> <p>La croissance du tourisme depuis la seconde guerre mondiale. Les facteurs PESTELI qui expliquent cette croissance. Le tourisme est une industrie concentrée géographiquement : les pays émetteurs et les pays récepteurs. Le tourisme est une industrie concentrée économiquement : concentration verticale et horizontale. : les grands groupes hôteliers, l'exemple de Groupe Transat (<i>ou autre Groupe choisi par l'enseignant</i>). Les différentes formes de tourisme (rural, équestre, familial etc).</p> <p>Les impacts positifs (avantages) et négatifs de l'industrie du tourisme. L'impact économique, revenu discrétionnaire, déficit touristique, recettes touristiques, effet multiplicateur de l'industrie du tourisme. Les impacts socio-culturels et environnementaux.</p> <p>L'importance du développement durable, le tourisme durable et ses nombreuses formes : équitable, solidaire etc.</p> <p>Comparer les différentes fonctions de travail accessibles au technicien en tourisme ainsi que les sources d'information sur les emplois.</p> <p>Connaître le fonctionnement d'une entreprise; les fonctions de l'entreprise.</p> <p>Décrire les rôles et les champs d'interventions des intervenants touristiques locaux, régionaux, provinciaux, fédéraux et internationaux. Les associations touristiques sectorielles, les associations touristiques régionales etc.</p> |
| 2         | <p>Communiquer efficacement.</p> <p>Interagir avec des intervenants touristiques.</p> <p>Rechercher de l'information.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>Actualiser ses connaissances.</p> <p>Utiliser des outils et ressources d'information documentaires ou virtuels.</p>                                                                                                                                                                                            |
| <b>3</b> | <p>Professionalisme</p> <p>Communication</p> <p>Gestion du temps</p> <p>Gestion du stress</p> <p>Capacité d'adaptation</p> <p>Patience</p> <p>Faire preuve de discrétion</p> <p>Avoir une attitude positive</p> <p>Pour réaliser les activités hors-classes: image soignée (tenue physique et vestimentaire).</p> |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Rapport de stage, rapport d'excursions ou de visites d'établissements.

Un examen sommatif : le tourisme et son vocabulaire, les caractéristiques de l'industrie touristique, le schéma de la dynamique de l'industrie du tourisme, l'évolution du tourisme dans le monde et en Alberta, la concentration et la mondialisation de l'industrie touristique, notions d'expérience et de service à la clientèle, les impacts positifs et négatifs de l'industrie touristique, le tourisme durable et ses formes.

Un examen final : sur les intervenants touristiques locaux, régionaux, provinciaux, fédéraux et internationaux. Les fonctions de travail, les sources d'information sur les emplois etc.

# GTOTC101 – Attractions naturelles et activités

**INTRODUCTION :** L'étudiant identifie les principales caractéristiques de la géographie humaine et physique de l'Alberta et ses composantes. Il se familiarise avec les contextes qui expliquent la présence des principales attractions naturelles et activités récréatives incontournables en Alberta. Il développe des méthodes de recherche et se familiarise avec les sources d'information qui permettront de situer, hiérarchiser et décrire les attractions naturelles, les espèces vedettes et les activités d'aventure dans les différentes régions touristiques de l'Alberta.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Concepts: d'attrait, de contexte, d'activités récréatives ou sportives, de plein air, de tourisme d'aventure, écotourisme, des secteurs du tourisme associés, d'aires protégées. Situation géographique, superficie, frontières, population, et occupation du territoire. Les principaux toponymes de l'Alberta. Les régions administratives, les régions touristiques, les principales villes, les principales municipalités touristiques. Le relief de l'Alberta: le contexte, les facteurs qui façonnent les paysages, les grands ensembles physiographiques Rocheuses, prairies, parkland, badlands, forêts, lacs. Les principaux attractions naturelles associés au relief. Les milieux terrestres et hydrographiques. Les attractions naturelles, espèces vedettes et activités récréatives associées à ces milieux. Les aires protégées de l'Alberta. |
| 2         | Rechercher de l'information, traiter de l'information : organiser ses idées (schéma de concept), reconnaître et utiliser les principales sources d'information et présenter les résultats d'une recherche. Effectuer la mise en page d'un rapport. Reconnaître et utiliser des sites internet et des applications permettant de caractériser les attractions naturelles de l'Alberta. Lire une carte.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 3         | Rigueur, patience, autonomie, curiosité.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Compléter des cartes muettes à l'aide de références documentaires ou virtuelles.

Examen 1:

Concept d'attrait touristiques, de contexte, les caractéristiques de la géographie humaine de l'Alberta, les régions physiographiques et les attractions et activités récréatives associées.

Examen 2:

Les milieux forestiers, montagnards, de prairie et hydrographiques, les aires protégées de l'Alberta et les attractions et activités récréatives qui y sont associés.

Mise en page d'un rapport de recherche.

Épreuve finale de cours.

Lexique en langue seconde

Rédiger des résumés en langue seconde

# GTOTC102 – Accueil et information touristique

**INTRODUCTION :** L'étudiant s'initie dans ce cours au rôle d'ambassadeur touristique dans un contexte de bureau de renseignements touristiques. L'étudiant prend conscience de son image professionnelle et amorce un projet personnalisé de développement des comportements propres aux règles de l'éthique professionnelle et au code de bonne conduite de l'industrie touristique albertaine. Il développe les comportements et les habiletés nécessaires pour établir des relations professionnelles. Il apprend à planifier une stratégie d'accueil et à informer les visiteurs en utilisant une stratégie de vente telle la méthode SPEX. Il se familiarise avec des outils documentaires ou virtuels de renseignements touristiques. Il est capable de bien réagir à des situations délicates.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b>  | <p>Connaître l'industrie du tourisme : ses secteurs.</p> <p>Expliquer quels sont les avantages de promouvoir le tourisme.</p> <p>Décrire le concept d'ambassadeur d'expériences touristiques et des fonctions et rôles qui y sont associés : préposé à l'information, préposé à la réception etc.</p> <p>Connaître les produits, les attraits, événements, activités, les services, les secteurs, les systèmes de mesures impérial et international.</p> <p>Le cycle de vie du voyageur.</p> <p>Reconnaître les applications et outils technologiques propres aux : Web 2.0, e-tourisme et m-tourisme et utilisés à différentes étapes du cycle de vie du voyageur : écran tactile, réalité augmentée, géolocalisation).</p> <p>Connaître les concepts: d'hospitalité, d'accueil, d'expérience touristique, l'origine du WOW!, de moments de vérité, de parcours-clients, d'attitudes, comportements, savoir-vivre, image personnelle, étiquette</p> <p>Concept d'intelligence émotionnelle, d'énergie, d'émotions. Conscience de soi, autorégulation. motivation, empathie, habiletés sociales et des comportements professionnels qui y sont associés,</p> <p>Le développement durable du tourisme: les outils et les comportements de gestion écoresponsable d'un bureau.</p> |
| <b>2</b>  | <p>Communiquer efficacement: concept de la communication verbale, non verbale. écoute, expression efficace. Interagir avec des clients. Écouter...</p> <p>Rédiger sa médiagraphie "émotionnelle".</p> <p>Gérer son temps, gérer son stress</p> <p>Établir de saines relations avec ses collègues.</p> <p>Maîtriser la méthode SPEX: prendre contact, poser des questions, résumer, promouvoir le produit, conclure etc. Présenter les avantages et les caractéristiques d'un produit.</p> <p>Habiletés de fournir une réponse adaptée aux besoins ou attentes de la clientèle.</p> <p>Préparer l'itinéraire d'un client.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <p>Maîtriser des comportements et des méthodes permettant de traiter des plaintes ou de faire face à des situations délicates : réagir efficacement aux comportements indésirables ou perturbateurs.</p> <p>Répondre aux visiteurs ayant des besoins particuliers.</p> <p>Rechercher de l'information : Interagir avec des partenaires de l'industrie.</p> <p>Actualiser ses connaissances :</p> <p>Aider les visiteurs à visualiser les lieux où séjourner, à visiter.</p> <p>Aider le visiteur à utiliser des outils d'information.</p> <p>Utiliser une carte géographique (géolocalisation)</p> <p>Organiser un espace de travail propre, fonctionnel et sécuritaire: ouvrir le bureau d'information, suivre les instructions concernant le quart de travail, fermer le bureau d'information touristique, suivre les procédures et politiques établies.</p> <p>Classer les informations touristiques.</p> <p>Respecter les consignes et règles de sécurité.</p> <p>Reconnaître et appliquer des principes de gestion écoresponsable d'un bureau.</p> <p>Recueillir et enregistrer des statistiques sur les visiteurs.</p> |
| 3 | <p>Responsable, patient, souple, enthousiaste, discret, honnête, maturité émotionnelle, constant, travail d'équipe, respectueux (politesse, étiquette et bienséance), empathique, dynamique, ouvert et disponible. Image soignée (tenue physique et vestimentaire).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Le contexte d'évaluation fait référence à l'information touristique fournie en situation de face à face (comptoir d'information).

Rapport de voyage de familiarisation ou de visites qui permet d'observer l'organisation d'un espace de travail et qui reconstitue le parcours client propre à une entreprise.

Mises en situation propres à la fonction de travail préposé à l'information.

Préparer des outils d'information personnalisés.

Examen sur les concepts: d'accueil d'hospitalité, d'intelligence émotionnelle, d'attitudes et comportements professionnels, d'image personnelle, de savoir-vivre, politesse et étiquette.

Épreuve finale de cours.

Compléter ou faire compléter des grilles d'auto-évaluation (étudiant) ou de co-évaluation (entreprise).

Participer à des activités hors classes.

Concevoir un glossaire ou lexique anglais-français de termes utiles pour localiser, orienter, diriger et informer le visiteur.

# GTOTC103 – Offre de produits touristiques

**INTRODUCTION :** Ce cours permet à l'étudiant de se familiariser avec les différentes formules du secteur de l'hébergement présentes en Alberta. L'étudiant comparera l'offre disponible d'une région touristique à l'autre pour être en mesure de mieux comprendre les particularités, forces et faiblesses et potentiel en matière d'hébergement. Dans une deuxième partie du cours, l'étudiant se familiarisera à l'offre au niveau des infrastructures du secteur du transport présentes en Alberta. Enfin, les différents modes de transport disponibles en Alberta seront décrits dans leurs contextes respectifs.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Connaissance des produits, services et clientèles du secteur de l'hébergement et des congrès<br>Identification des tendances du secteur de l'hébergement<br>Glossaire sur le secteur de l'hébergement et des congrès                                             |
| 2         | Utiliser des sources d'informations sur le secteur de l'hébergement: guides, brochures, sites Internet<br>Organiser ses idées<br>Utiliser les technologies de l'information<br>Actualiser ses connaissances.<br>Capacité à structurer et organiser l'information |
| 3         | Compréhension des besoins du client.<br>Esprit de service<br>Bonne communication<br>Faire preuve de jugement et de discernement                                                                                                                                  |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Un examen de mi-session

Un examen final

Une épreuve finale de cours associée à une présentation orale en classe

Lexique en langue seconde sur les catégories d'établissement d'hébergement et sur le secteur des congrès, il s'agit d'une évaluation formative et en même temps d'une pièce justificative pour le dossier d'épreuve synthèse de programme

Quelques laboratoires sur les sujets suivants: classification hôtelière, les programmes « RéserVert et Clé Verte », rapport de visite d'un établissement d'hébergement, les regroupements hôteliers et les formules agrotouristiques

# TAATC110 – Introduction à la comptabilité

**INTRODUCTION :** Ce cours initie les étudiants aux principes de base du cycle comptable, y compris les écritures de journal, les écritures de régularisation, les écritures de clôture, l'équilibre de vérification et les états financiers. Les sujets de la comptabilité pour services et de marchandises, pour le contrôle des activités de trésorerie et pour les actifs actuelles et les immobilisations sont introduits. Principes comptables généralement reconnus sont abordés tout au long du parcours, en ce qui concerne les domaines spécifiques.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultat | Après avoir terminé ce cours avec succès, vous serez en mesure de :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | A. Identifier les relations entre les renseignements comptables et les activités d'entreprise. Les concepts, compétences et questions suivants sont utilisés afin de soutenir ce résultat : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir la comptabilité et identifier les usagers de renseignements comptables.</li> <li>• Expliquer de quelle manière l'éthique et les règles de conduite sont essentielles à la comptabilité et à l'entreprise.</li> <li>• Discuter des structures d'entreprises.</li> <li>• Expliquer l'élaboration des normes, concepts et principes comptables.</li> </ul>                                                                                                           |
| 2        | B. Analyser et inscrire les opérations d'entreprise. Les concepts, compétences et questions suivants sont utilisés afin de soutenir ce résultat : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir et utiliser les principaux termes comptables.</li> <li>• Appliquer les règles de débit et de crédit pour les actifs, les passifs, les revenus et les dépenses.</li> <li>• Analyser et inscrire les opérations dans le journal d'une entreprise.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3        | C. Préparer les états financiers et interpréter les résultats. Les concepts, compétences et questions suivants sont utilisés afin de soutenir ce résultat : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparer et utiliser une balance de vérification</li> <li>• Discuter des concepts, de la classification et de la préparation des bilans</li> <li>• Préparer les états financiers d'une entreprise</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 4        | D. Préparer les écritures de correction et les procédures comptables de fin d'exercice. Les concepts, compétences et questions suivants sont utilisés afin de soutenir ce résultat : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire la distinction entre la comptabilité d'exercice et la comptabilité de caisse.</li> <li>• Préparer les écritures de correction pour les dépenses prépayées, les amortissements, les produits reportés, les dépenses et produits accumulés.</li> <li>• Préparer une balance de vérification après vérifications et les états financiers.</li> <li>• Décrire le processus de fermeture et expliquer pourquoi les comptes temporaires sont fermés à chaque période.</li> </ul> |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

| Objectifs    | Description des activités | Pondération des notes |
|--------------|---------------------------|-----------------------|
| 1, 2, 3 et 4 | Laboratoires              | 15%                   |
| 1, 2, 3 et 4 | Examens                   | 85%                   |
| <b>Total</b> |                           | 100%                  |



# GTOTC120 – Attraitis patrimoniaux

## INTRODUCTION :

L'étudiant s'initie aux grandes périodes de l'histoire de l'Alberta. Il relie ces grandes périodes historiques aux composantes particulières du patrimoine archéologique, paysager, bâti, industriel et ferroviaire ainsi que des sites classés au patrimoine mondial de l'Unesco. Il reconnaît les principales caractéristiques de l'architecture, de l'urbanisme et des paysages culturels de l'Alberta (y compris granges, greniers, élévateurs à grain, châteaux d'eau, division des terres en quarter sections, transformation de la prairie en paysage agricole, plantation d'arbres comme barrières protectrices contre le vent etc). Il décrit les principaux attraitis patrimoniaux de l'Alberta en utilisant des sources d'information relatives à l'histoire et au patrimoine. Il prépare une recherche historique et patrimoniale sur une région de l'Alberta.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Les grandes périodes historiques de l'Alberta, dates et principales caractéristiques, les migrations, les principales caractéristiques des Premières nations et Métis de l'Alberta (familles linguistiques, nations, communautés, situation géographique et caractéristiques culturelles, Traités), l'architecture vernaculaire de l'Alberta . Les différentes communautés (francophone, anglophone, ukrainienne, chinoise etc)                                                                  |
| 2         | Utiliser des outils d'information (outils et médiagraphie) et rechercher de l'information à partir de sources variées<br>Utiliser les technologies à des fins d'information afin de concevoir des fiches d'information sur les attraitis patrimoniaux présentés.<br>Utiliser des cartes géographiques afin de situer les attraitis choisis.<br>Utiliser efficacement des supports visuels et des accessoires pour la présentation orale.<br>Appliquer des méthodes de prise de parole en public. |
| 3         | Objectivité, neutralité, ouverture, esprit de synthèse                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Un examen de mi-session couvrant les caractéristiques importantes de l'histoire de l'Alberta et des premières nations et métis.

Un examen final où l'étudiant a droit à ses notes de cours. Cet examen permet de démontrer l'atteinte de la compétence de l'étudiant de faire des liens entre l'histoire de l'Alberta, les attraitis patrimoniaux authentique et l'intérêt touristique.

Une épreuve finale de cours

Un laboratoire sur les Premières nations et Métis de l'Alberta.

Des évaluations formatives régulières sur une région «test» attribuée à l'étudiant afin de valider sa compréhension des éléments historiques importants.

# GTOTC130 – Réception et conciergerie

**INTRODUCTION :** L'étudiant évolue dans un contexte d'hébergement touristique en tant que préposé à la réception. Dans un premier temps, il se familiarise au fonctionnement d'un système de réservation utilisé dans l'industrie hôtelière en voyant les étapes requises pour effectuer une réservation complète. Il apprend à faire des modifications ainsi qu'à annuler un dossier client. Il effectue des activités reliées à l'inscription (check-in) ainsi que celles reliées au départ (check-out) des clients. En parallèle de ses fonctions de travail, l'étudiant offre des services d'information en tant que conseiller de séjour sur les services de l'établissement, de la ville et à proximité. Enfin, l'étudiant se familiarise avec le fonctionnement de l'entreprise et effectue des tâches administratives.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Les étapes de la réservation, les différents départements dans un contexte d'hébergement, les produits et services en contexte hôtelier, les renseignements nécessaires sur les attraits, activités et services d'une région, les plus demandées, les besoins des clientèles affaires, agrément: individuel et en groupe, les familles, les seniors, les clientèles à capacités physiques restreintes et clientèles spécialisées (motoneigistes, ski, golf, vélo) , l'Univers du WEB réseau, le vocabulaire de e-tourisme en contexte hôtelier utilisés dans les sites transactionnels, le cycle du voyageur (réserver-voyager), l'expérience touristique adapté à un contexte d'hébergement, offre dans le secteur de l'hébergement et de l'événementiel, les dénominations culinaires et les catégories de vins, le plan d'urgence dans un contexte d'hôtel.</p> <p>Les règles de mise en page et de protocole épistolaire.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2         | <p>Démontrer une approche-client afin de lui faire vivre une expérience mémorable.</p> <p>Prendre les réservations: vérifier les disponibilités des chambres, déterminer les besoins de la clientèle, ouvrir, modifier et annuler un dossier client</p> <p>Pratiquer l'écoute active</p> <p>Préparer le quart de travail: voir à son apparence (référence accueil), vérifier le fonds de caisse, vérifier la mise en place de la réception, prendre connaissance du journal de bord, imprimer les rapports pour le quart de travail, vérifier le taux d'occupation des chambres et les tarifs</p> <p>Coordonner les arrivées: Accueillir les clientèles, Inscrire la clientèle individuelle, Inscrire les groupes, attribuer les chambres</p> <p>Vendre les produits et services de l'hôtel, promouvoir les services et les produits de l'hôtel, effectuer des ventes en intégrant les notions de Yield management, faire le suivi après-vente</p> <p>Fournir des renseignements sur les services et les attraits de la région, s'informer des activités de la région, produire et tenir à jour un répertoire de renseignements sur la région, informer la clientèle sur les activités et des sites touristiques de la région, effectuer des réservations, orienter la clientèle vers les sites touristiques</p> <p>Assurer le déroulement des opérations durant le quart de travail, coordonner les différents services à la clientèle, communiquer avec les services de l'établissement, communiquer avec la clientèle, traiter les plaintes de la clientèle, veiller à la sécurité de la clientèle et de ses biens, vérifier les fiches d'inscription de la clientèle, vérifier les limites de crédit des</p> |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <p>clients, appliquer les procédures d'urgence, classer les clés, vérifier la disponibilité des chambres dans d'autres établissements hôteliers</p> <p>Coordonner les départs: Préparer les départs de groupe, préparer les départs individuels, s'informer de la satisfaction de la clientèle, prendre la réservation pour un prochain séjour</p> <p>Effectuer les activités de tenue de bureau: Classer les factures et les fiches d'inscription, poster les factures, les envois publicitaires et les confirmations de réservation, recevoir et acheminer les télécopies, les courriels, les messages et les appels téléphoniques, effectuer des photocopies, prendre en charge l'affichage sur le babillard, compiler les données relatives à la clientèle, Rédiger des lettres</p> <p>Faire fonctionner l'équipement à la réception: Machine à carte de crédit, débit, code de carte magnétique équipement bureautique particulier de centrale de réservation (courrier électronique, messagerie vocale, Wifi, Traiter les appels (noter les messages, traiter les appels de réveil, porter les frais téléphoniques aux notes des clients</p> <p>Terminer le quart de travail: Mettre à jour le journal de bord, transmettre l'information aux réceptionnistes du quart de travail suivant</p> |
| 3 | <p>Entregent, empathie, autonomie, débrouillardise, être un bon communicateur, travailler en équipe, maturité émotive, maintenir une bonne hygiène de vie, une bonne condition physique, sens des responsabilités, être flexible, faire preuve de curiosité....</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

### ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Un examen théorique sur la norme du CQRHT "Préposé à la réception"

Exercices de réservation de dossier client (formatif) sur le logiciel Hotello

Une épreuve finale de cours en trois parties.

Rédiger une lettre professionnelle en réponse à une demande de réservation.

Rédiger un lexique spécialisé en langue seconde.

Mises en situation de réservation par téléphone et sous forme de jeux de rôle (évaluation formative)

Compléter un portfolio témoignant de son engagement dans le développement de son image professionnelle : comportements, image personnelle et savoir-vivre

# GTOTC140 – Choix professionnels

**INTRODUCTION :** L'étudiant acquiert des connaissances de base sur la sélection du personnel bénévole, saisonnier ou permanent dans l'industrie du tourisme et ses différents secteurs. Plus spécifiquement, l'étudiant se prépare à intégrer le marché du travail pour vivre une expérience professionnelle dans l'industrie du tourisme. L'étudiant identifie ses intérêts personnels et professionnels, le(s) emploi(s) ciblé(s) ainsi que les démarches pour y arriver. À travers ses démarches, il démontre des attitudes professionnelles et sa capacité d'interagir avec différents intervenants en milieu de travail.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Définir l'industrie touristique, reconnaître les secteurs du tourisme et leurs intervenants</p> <p>Participer de façon responsable à l'industrie du tourisme : savoir décrire l'industrie du tourisme (définir ce qu'est le tourisme), comprendre l'importance du tourisme, énumérer les avantages du tourisme, respecter les lignes directrices concernant le tourisme responsable</p> <p>Comparer les différentes fonctions de travail accessibles au technicien en tourisme ainsi que les sources d'information sur les emplois.</p> <p>Connaître le fonctionnement d'une entreprise</p> <p>Identifier les tendances</p> |
| 2         | <p>Communiquer efficacement</p> <p>Interagir avec des intervenants touristiques</p> <p>Rechercher de l'information.</p> <p>Actualiser ses connaissances</p> <p>Utiliser des outils et ressources d'information documentaires ou virtuels.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3         | <p>Professionalisme</p> <p>Communication</p> <p>Gestion du temps</p> <p>Gestion du stress</p> <p>Capacité d'adaptation</p> <p>Patience</p> <p>Faire preuve de discrétion</p> <p>Avoir une attitude positive</p> <p>Pour réaliser les activités hors classe : image soignée (tenue physique et vestimentaire).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

### Évaluation formative

Cette formule d'évaluation est priorisée tout au long de la démarche puisque l'étudiant doit construire et réaliser la meilleure stratégie possible pour que celle-ci fonctionne avec succès! Il est essentiel que l'étudiant réalise tous les éléments-clés de cette stratégie, selon les standards attendus dans l'industrie, pour lui permettre d'obtenir les résultats escomptés.

Préparer adéquatement une entrevue.

L'étudiant doit poursuivre le développement de son image professionnelle (portfolio) amorcé dans le cours "Accueil et information touristique"

### Évaluation sommative

Construite sous forme de coévaluation, la formule d'évaluation doit être souple pour correspondre à toutes les réalités. C'est pourquoi chaque étudiant doit pondérer et justifier tous les critères d'évaluation. Une grille d'évaluation détaillée sera remise aux étudiants.

# GTOTCSTG – Stage

**INTRODUCTION :** Le stage se déroule pendant l'été de la première du programme. Il donne aux étudiants l'occasion de mettre en application et de continuer à développer les connaissances et habiletés acquises pendant les sessions 1 et 2. Les étudiants effectuent leur stage dans des organismes ou entreprises offrant des services dans les domaines couverts par la formation. Il s'agit donc le plus souvent de stages de type « Service à la clientèle ». Le choix ne se limite pas à des d'organismes et entreprises francophones uniquement, mais il faut que les étudiants aient l'occasion de travailler en français à une ou plusieurs reprises. Le stage peut se dérouler n'importe où en Alberta et également ailleurs au Canada.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Les savoirs dépendent de la nature du stage. Ils peuvent inclure :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre le fonctionnement d'une entreprise touristique</li> <li>Donner des informations touristiques</li> <li>Interagir avec des touristes en français et en anglais</li> <li>Effectuer des tâches associées à la réception, à la conciergerie, à l'offre d'information touristiques</li> <li>Effectuer des tâches administratives et des opérations financières</li> <li>Evaluer ses forces et ses faiblesses professionnelles et élaborer un projet d'amélioration de ses compétences</li> </ul> |
| 2         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Communiquer efficacement.</li> <li>Interagir avec des intervenants touristiques.</li> <li>Rechercher de l'information.</li> <li>Actualiser ses connaissances.</li> <li>Utiliser des outils et ressources d'information documentaires ou virtuels</li> <li>Sens de la planification et de l'organisation</li> <li>Capacité à travailler en équipe</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |
| 3         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Professionalisme</li> <li>Communication</li> <li>Gestion du temps</li> <li>Gestion du stress</li> <li>Capacité d'adaptation</li> <li>Patience</li> <li>Faire preuve de discrétion</li> <li>Avoir une attitude positive</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|  |                                                                                                                                    |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Image soignée</p> <p>Entregent</p> <p>Souci de bien représenter l'entreprise ou l'organisme</p> <p>Sens des responsabilités</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Le stage est suivi et supervisé conjointement par le personnel du Centre collégial de l'Alberta et par un superviseur en entreprise.

Co-évaluation stagiaire/professeur/superviseur :

Avant le stage : recherche active d'emploi et préparation au stage

Pendant le stage :

Tenue du journal de bord

Co-évaluation Moniteur de stage/Professeur-Superviseur

Après le stage :

Bilan et analyse

# GTOTC220 – Cultures et authenticité

**INTRODUCTION :** L'étudiant distingue les principales dimensions d'une culture. Il identifie les grandes aires culturelles et les éléments particuliers des grandes civilisations du monde. Par la suite, l'étudiant s'initiera plus spécifiquement aux caractéristiques de la culture albertaine. Il développe également sa compétence à comparer quelques caractéristiques de la culture albertaine à celles d'autres cultures. Finalement, l'étudiant identifie et présente les résultats d'une recherche sur une dimension culturelle albertaine ayant une incidence sur le tourisme.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Les différentes dimensions du concept de culture, le schéma du tourisme culturel, les grandes aires culturelles mondiales, les périodes historiques mondiales, les grandes civilisations anciennes : égyptienne, celte, grecque et romaine, les particularités de la culture albertaine et de son expression, les courants de pensée et l'idéologie politico-économique de l'Alberta                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2         | Définir les grandes immigrations en Alberta, reconnaître les principaux artistes albertains et des premières nations et les principales manifestations de la culture en Alberta, prendre conscience des sources d'inspiration des artistes et artisans, identifier les produits issus du terroir albertain et reconnaître les caractéristiques de la gastronomie albertaine.<br><br>Rechercher et traiter de l'information à partir de sources variées, actualiser ses connaissances, créer des supports visuels et des accessoires pour une présentation orale, appliquer des méthodes de prise de parole en public, transmettre un message clair et précis, démontrer un esprit de synthèse. |
| 3         | Créativité, autonomie, sens critique, curiosité, gestion du temps.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Un examen portant sur la connaissance des aires culturelles, des périodes historiques, des grandes civilisations.

Une recherche des principales caractéristiques et expressions culturelles d'un peuple (lien avec la présentation en Régions du monde).

Un laboratoire sur les grandes aires culturelles (formatif)

Un laboratoire sur les civilisations

Une épreuve finale de cours



# GTOTC231 – Régions du monde

**INTRODUCTION :** L'étudiant reconnaît les contextes physiques, humains, économiques et culturels des principales destinations des Amériques. Il établit ainsi les limites d'une étude sur les principaux attraits et produits touristiques d'une région du monde tout en la situant dans ses contextes géographique, historique et culturel. Il est également en mesure d'identifier et d'utiliser différentes sources d'information lui permettant de découvrir et de caractériser les principaux points d'intérêt des régions du monde. Il doit aussi être en mesure d'actualiser ses connaissances sur les produits en s'inspirant des produits en émergence.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Connaître les principales caractéristiques (capitale, situation géo, chaînes de montagnes, principaux fleuves, gastronomie, etc.) et attraits majeurs des Amériques.<br>Connaître des destinations touristiques présentant des produits inusités et en émergence.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2         | Situer sur une carte des Amériques, les principaux plans d'eau, les importants massifs et autres particularités géographiques s'il y a lieu.<br>Situer les capitales, provinces et territoires canadiens ainsi que les États américains ayant d'importants volumes de visiteurs.<br>Relier les événements historiques importants du Canada, des États-Unis et du Mexique à des attraits touristiques incontournables.<br>Relier les caractéristiques géographiques particulières du Canada, des États-Unis et du Mexique à des attraits touristiques particuliers.<br>Situer sur une carte du monde les pays ayant les plus importants flux touristiques mondiaux selon l'OMT.<br>Communiquer aisément devant un auditoire<br>Concevoir des outils d'information<br>Utiliser une carte géographique<br>Présenter les avantages et les caractéristiques d'un produit<br>Actualiser l'information disponible sur un pays |
| 3         | Gestion du stress, professionnalisme, créativité, rigueur, communication, autonomie, sens critique, curiosité.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Un examen sur les notions et destinations du Canada et des États-Unis vues en classe et un second examen sur les autres destinations des Amériques et certaines destinations du monde.

Un laboratoire sur les destinations soleil vendus par les principaux grossistes faisant affaires en Alberta. Différents exercices en classe destinés à situer sur des cartes géographiques les principales destinations mondiales selon les continents (formatifs).

Un exercice formatif sur les différents guides touristiques (papiers et certains guides électroniques) disponibles sur le marché

# GTOTC232 – Guide touristique

**INTRODUCTION :** Dans ce cours, l'étudiant se familiarise avec le métier de guide-touristique et apprend à planifier le déroulement d'une visite guidée. Il y développe des techniques de communication et de prise de parole devant différents publics. Il utilise également les techniques d'interprétation nécessaires pour guider efficacement des groupes de visiteurs et leur faire vivre une expérience mémorable. Il développe les habiletés et méthodes de travail associées à l'accompagnement de groupe de touristes et au métier de guide-accompagnateur. Il apprend à résoudre les problèmes et à gérer les situations d'urgence propres à ces fonctions de travail.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Les fonctions de travail, les différentes catégories de guides touristiques (moyens d'interprétation avec ou sans personnel). Les produits, les services, les secteurs et les clientèles touristiques. Connaître les attraits, événements et activités. Concept d'expérience touristique appliqué à une visite guidée. Les principales caractéristiques géographiques, humaines, économiques, historiques, culturelles de l'Alberta et de ses régions. Notions de tourisme responsable qui s'appliquent à la fonction de guide touristique. Les techniques de créativité. Le métier de guide touristique et les nouvelles technologies (tourisme mobile, réalité augmentée).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2         | <p>Rechercher et traiter de l'information à partir de sources variées : répertorier les sources d'information sur les circuits touristiques disponibles, répertorier les types de renseignements pouvant être utiles pour un circuit, constituer un dossier de renseignements, constituer une trousse d'accessoires.</p> <p>Utiliser les cartes routières, un GPS. Avoir le sens de l'orientation (points cardinaux, droite, gauche).</p> <p>Préparer le circuit-la visite: préparer le circuit, confirmer les réservations, préparer un commentaire, maintenir une apparence professionnelle. Préparer un scénario de visite éducatif et divertissant.</p> <p>Utiliser des techniques de créativité.</p> <p>Livrer un commentaire: utiliser efficacement les systèmes de communication, utiliser un microphone et autres appareils disponibles, déterminer les renseignements à communiquer aux passagers, être capable de surprendre la clientèle, de faire vivre une expérience, appliquer des méthodes de prise de parole en public, transmettre un message clair, précis, approprié, utiliser correctement des technologies du multimédia, des supports visuels et des accessoires, utiliser des techniques d'interprétation du patrimoine, faire participer les passagers au circuit, démontrer un esprit de synthèse et sa capacité à organiser ses idées, gérer son stress.</p> <p>Accompagner le groupe: respecter l'itinéraire, collaborer avec le chef de groupe, tenir le compte des passagers, s'occuper des détails administratifs du circuit, planifier les mesures d'urgence. gérer les problèmes, les situations délicates et savoir gérer les situations difficiles, aider les passagers à retrouver leurs objets perdus, traiter les plaintes, traiter les comportements gênants ou indésirables, répondre aux urgences, aider un passager malade ou blessé, s'occuper d'un passager décédé, retrouver un passager manquant, suivre les lignes directrices concernant les rapports interculturels, s'occuper des passagers ayant des besoins particuliers</p> |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>Évaluer la visite.</p> <p>Actualiser ses connaissances.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>3</b> | <p>Respecter les lois et règlements municipaux, provinciaux/territoriaux et fédéraux qui s'appliquent à son poste ou à l'industrie</p> <p>Assurer la protection des ressources sur les lieux de visite</p> <p>Professionalisme: empathie, créativité, leadership, contrôle de soi, sens de l'humour, capacité d'adaptation, curiosité, débrouillardise, dynamisme et enthousiasme, constance, vivacité, travailler en équipe, collaborer avec le chauffeur et les fournisseurs, discrétion, objectivité et neutralité, sens des responsabilités, ponctualité.</p> |

### ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Mise en situation et étude de cas, exercices de prise de parole en classe et hors classe, lecture de carte, rédaction de scénario, exercice d'autoévaluation.

Utiliser des techniques d'interprétation.

Visite guidée (formative) visite guidée et activités de prise de parole (sommative).

Rencontre de personnes qui exercent le métier de guide touristique, résolution de situations délicates, épreuve finale de cours, fiche de commentaires rédigée en langue seconde.

L'étudiant doit poursuivre le développement de son image professionnelle (portfolio) amorcé dans le cours "Accueil et information touristique".

# GTOTC240 – Conception d'expérience 1

**INTRODUCTION :** Dans ce cours, l'étudiant s'initie au vocabulaire et aux différentes composantes d'un plan marketing d'expériences touristiques viables, mémorables et durables. Il y est question des méthodes et des sources d'information nécessaires à l'analyse de l'environnement interne et externe de l'entreprise. Ce cours permet également de comprendre les orientations marketing d'une entreprise, de s'initier à la création d'expériences touristiques et à la commercialisation de produits et de services touristiques.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Définir les termes du marketing: définition du marketing, évolution du marketing. Les concepts de marketing traditionnel, de service et touristique. Concept d'expérience touristique (Pine et Gilmour). Les 8 P du marketing touristique. Le PODC, les étapes du processus de planification marketing: la situation, l'orientation, la création, l'exécution. La situation : environnement interne (variables contrôlables), environnement externe (variables incontrôlables) ; marché. clients: comportements du consommateur, cycle de vie du voyageur. Le couple marché-produit. E-tourisme, macro-environnement, comparer l'entreprise à la concurrence, forces-faiblesses, opportunités-menaces. Les orientations; les stratégies fondamentales, le mix-marketing, les caractéristiques des médias, les réseaux de distribution. les réseaux sociaux.</p> <p>La création: les principes de construction d'une expérience touristique, le budget et ou seuil de rentabilité, le prix marketing.</p> <p>Analyse des modèles d'expériences, de forfaits des intervenants de l'industrie touristique ainsi que des professionnels du secteur des voyages</p> <p>Les concepts de tourisme durable (évolution, piliers, enjeux, critères), le code mondial du tourisme de l'OMT etc.</p> <p>la législation et les forfaits, les conditions générales de vente</p> |
| 2         | <p>Travailler à partir d'un plan de marketing, Actualiser ses connaissances (recherche documentaire, lecture, veille technologique). Appliquer des techniques de gestion (PODC), planifier des activités : utiliser des techniques de gestion du temps et prioriser des tâches à accomplir. Adapter des produits ou des expériences existantes. Savoir calculer des tarifs, monter des forfaits. Concevoir une courbe de programmation de séjour. Construire un itinéraire client selon les exigences d'un devis, calculer les distances et temps de déplacement entre deux points, comprendre les clauses un contrat de fournisseur : hébergement, attraction, location d'un autocar, services d'un guide, etc.</p> <p>Déterminer le prix de vente au détail d'un produit ou d'un service touristique</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 3         | Rigueur, éthique, créativité, persévérance.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Examen 1: L'entreprise (système, fonction de gestion), le marketing traditionnel ou touristique, évolution du marketing, les 8 P du marketing. etc. Études de cas (formatif), lecture et quizz, exercices de créativité, analyse d'exemples d'expériences touristiques viables, ou mémorables ou durables.

Rapport de visites d'entreprises

Épreuve finale de cours : Conception d'une expérience touristique mémorable à partir d'informations tirées d'un devis

# GTOTC241 – Conception d’expériences 2

**INTRODUCTION :** L’étudiant participe à l’amélioration ou à la conception de produits, services ou activités touristiques. Il améliore des produits en fonction de leur cycle de vie ou les modifie en tenant compte des attentes de la clientèle et de ses préoccupations en matière de tourisme durable. Il recherche et produit les informations utiles à la rédaction éventuelle d’un plan d’affaire.

## RÉSULTATS D’APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Connaître les produits standards, les produits sur mesure, le FIT, le packaging dynamique, comparer les critères de sélection des fournisseurs, comprendre la norme « voyageur » du CQRHT, s’initier aux concepts du tourisme d’aventure, d’écotourisme, de plein air.</p> <p>Vocabulaire de la conception en langue seconde.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2         | <p>Rechercher et traiter de l’information à partir de sources variées</p> <p>Sélectionner des fournisseurs en fonction des besoins et exigences de la clientèle-type</p> <p>Se conformer aux lois en vigueur</p> <p>Lire un devis et le compléter</p> <p>Rédiger un texte de présentation d’un autotour en langue seconde</p> <p>Établir la tarification</p> <p>Rédiger des documents de voyage : programme client, consignes de voyage, informations techniques et contractuelles</p> <p>Lire et interpréter une carte topographique</p> <p>Préparer un plan de gestion de risques et plan d’urgence</p> <p>Planifier une sortie en plein air</p> <p>Reconnaître les éléments de contenu d’un plan d’affaire</p> <p>Capacité de poser des questions pertinentes conduisant à l’amélioration d’un produit ou d’un service.</p> |
| 3         | <p>Créativité, innovation, souci du détail, sens de l’analyse, capacité de travailler en équipe, axé sur le service-sur le client, intégrité et fiabilité (livrer le produit tel que promis), responsable, organisé, souple, capacité de personnaliser le service.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## ÉVALUATION DE L’ÉTUDIANT

Exercices : calcul de forfait avec prix marketing, rédaction d’un programme client, rapport de visite d’entreprise, planification d’un itinéraire de randonnée, étude(s) de cas, rédaction d’un texte de présentation d’un autotour en langue seconde, vocabulaire de la conception en langue seconde.

# GTOTC242 – Organisation d'événements

**INTRODUCTION :** L'étudiant participe activement à l'organisation d'un ou plusieurs événements et idéalement, à sa tenue. En participant à ces activités pratiques, il s'initie particulièrement aux différentes étapes de la planification, de l'organisation, du déroulement et de l'évaluation de l'événement. L'étudiant sera sensibilisé à l'importance de la gestion de projet et à l'utilisation d'outils adaptés à cette fonction: étude de faisabilité, budget, mission, buts et objectifs, échéancier, diagramme de Gantt, structure d'organisation, etc. Il développe aussi ses compétences à travailler en équipe et utilise différentes méthodes à cet effet.

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Connaître l'industrie des congrès et événements et les fonctions de travail qui s'y rattachent, connaître les clientèles, connaître les outils reliés au secteur, connaître le protocole, connaître les tâches des différents comités, comprendre les liens entre les différents comités, connaître les différents types de réunion et leurs caractéristiques.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2         | Évaluer la faisabilité de l'événement, appliquer les processus PODE à la réalité de l'événement, rédiger la mission, les objectifs, élaborer une structure d'organisation, présenter le projet, élaborer un échéancier, choisir la thématique, produire des outils de contrôle, planifier la programmation, gérer les imprévus, concevoir un plan d'urgence, planifier le travail des collaborateurs, gérer des conflits, gérer des situations délicates, rédiger des contrats et des ententes, mesurer la satisfaction de la clientèle, compiler et analyser des données, utiliser un logiciel de conception de schémas, Intégrer des notions de développement durable à l'organisation d'activités.<br><br>Animer une équipe de travail : planifier une rencontre, rédiger un ordre du jour, préparer le local et le matériel nécessaire à la rencontre. Utiliser correctement les fonctions de clarification, facilitation et de contrôle nécessaires à l'animation d'une rencontre. Gérer des comportements perturbateurs ou des conflits. Rédiger un compte rendu de la rencontre. Évaluer la rencontre. |
| 3         | Leadership, entregent, communication, débrouillardise, initiative, autonomie, gestion du stress, sens critique, souci du développement durable, travail d'équipe, maturité émotive, sens des responsabilités, gestion du temps, entrepreneurship, professionnalisme, créativité.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Épreuve finale de cours (rapport d'événement, journal de bord, examen final)

Laboratoires et exercices

# GTOTC260 – Tourisme durable et qualité

## INTRODUCTION :

L'étudiant apprend à différencier les types de certification associée à la qualité de service ou au développement durable du tourisme. Il planifie toutes les étapes nécessaires à l'implantation dans une entreprise d'une culture client dans un contexte de développement durable du tourisme. Il rédige une promesse, des engagements et des normes de service. Il développe des habiletés à mobiliser une équipe dans un projet visant à intégrer la gestion de l'expérience client et les responsabilités sociales de l'entreprise dans une démarche de qualité. Il développe les outils nécessaires pour accompagner (communiquer, superviser et suivre) le personnel dans la démarche et pour mesurer et reconnaître le progrès accompli

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Les concepts associés à une démarche qualité de service à la clientèle. certification, labellisation, normalisation, agrément, promesse, charte qualité, qualité, démarche qualité, service à la clientèle, dimensions du service à la clientèle, politique qualité, normes, standards, tableau de bord, stratégie de service à la clientèle,</p> <p>Les concepts associés au développement durable:<br/>développement durable, valeurs, loi sur le développement durable en Alber, les principes du développement durable.</p> <p>Les exemples de normalisation, certification ou labellisation.</p> <p>Les concepts de gestion des ressources humaines dans une perspective; De la sélection à la reconnaissance. La mobilisation, la formation et l'accompagnement individuel ou collectif du personnel. La reconnaissance individuelle et collective. Coaching individuel et coaching d'équipe. Entrevue de critique constructive, entrevue de renforcement positif.</p> <p>Les étapes d'implantation d'une démarche de qualité de service et socialement responsable dans une entreprise. Le concept d'entreprise socialement responsable, les étapes de la démarche.</p> |
| 2         | <p>Initier une culture de la qualité de service et de responsabilité sociale dans une entreprise: engagement de la direction, diagnostic de la situation, planification stratégique, rédaction de l'engagement, implantation de la démarche et mobilisation du personnel, reconnaissance, contrôle et suivi de la démarche.</p> <p>Sensibiliser ses collaborateurs à l'importance, aux avantages et aux conditions du développement d'une culture client et responsable.</p> <p>Réaliser un diagnostic des forces et des faiblesses d'une entreprise en matière de service à la clientèle et de tourisme durable.</p> <p>Émettre des recommandations relatives à l'aménagement de l'espace d'accueil (accessibilité, stationnement, façade, toilette etc).</p> <p>Utiliser ou concevoir des outils et documents nécessaires à différentes étapes de la démarche: questionnaire diagnostique de la situation, un manuel de l'employé,</p> <p>Rédiger une promesse, une politique qualité ou environnementale, des standards de qualité, un questionnaire d'évaluation de la satisfaction de la clientèle, se référer à une liste de pratiques responsables.</p>                    |



|   |                                                                                                                                                                                 |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <p>Préparer et animer une entrevue de critique constructive.</p> <p>Utiliser des indicateurs de qualité de service ou de responsabilité afin d'élaborer un tableau de bord.</p> |
| 3 | Constance et rigueur.                                                                                                                                                           |

### ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Examen (concepts de qualité, les étapes d'implantation d'une démarche de qualité de service, les dimensions de service, la rédaction d'une promesse, les documents d'accompagnements, le coaching individuel et d'équipe)

Diagnostiquer la situation actuelle d'une entreprise en matière de service à la clientèle, d'écoresponsabilité.

Choisir des activités de supervision et de mobilisation des employés.

Rédiger des normes relatives à l'aménagement de l'espace d'accueil.

Dans un contexte de service à la clientèle, réaliser une entrevue de critique constructive.

# GTOTC270 – Hygiène sécurité et premiers secours

**INTRODUCTION :** Ce cours permet d'offrir les apprentissages pour l'accès aux certificats d'Hygiène et sécurité alimentaire et de Premiers secours facilitant l'embauche, en particulier pour les métiers de guide, d'accueil des touristes et de l'hôtellerie.

Le cours d'Hygiène alimentaire sera dispensé par un organisme reconnu par Alberta Health Services. Line vois la liste ci-jointe. Peut-être NAIT puisque vous avez déjà un partenariat et ils ont e-Campus Alberta. Ou bien Canadian Restaurant and Food Services Association - NFSTP car ils ont un cours en-ligne en français.

Pour les étudiants se destinant à travailler par exemple dans un bureau d'informations touristiques ou un hôtel la Croix Rouge dispense un cours de 16 heures, Secourisme général et RCR

Le cours de Secourisme en milieu sauvage et éloigné – avancé, est un cours de 40 heures dispensé par la Croix Rouge, donne la capacité d'administrer les premiers secours dans des sites où les étudiants peuvent être amenés à guider des touristes au cours de leur carrière tels que les montagnes Rocheuses.

Line : il serait possible d'opter pour le cours de 20 heures pour les milieux sauvages et éloignés

Que l'on choisisse 20 ou 40 heures, il restera du temps qui pourrait être utilisé pour le permis de conduire classe 4 ou bien pour le tourisme écoresponsable

## RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

| Résultats |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | <p>Interagir avec des touristes en français et en anglais</p> <p>Prendre soin de la santé des visiteurs en manipulant correctement les aliments et en administrant les soins de premiers secours en cas d'urgence</p>                                                                                  |
| 2         | <p>Communiquer efficacement.</p> <p>Planifier et agir de manière à éviter les problèmes de santé</p> <p>Interagir avec des services médicaux et avec des touristes en difficulté.</p> <p>Diagnostiquer un problème</p> <p>Assurer la sécurité des touristes</p> <p>Capacité à travailler en équipe</p> |
| 3         | <p>Professionnalisme</p> <p>Communication</p> <p>Gestion du temps</p> <p>Gestion du stress</p> <p>Sens de l'observation</p> <p>Initiative</p> <p>Patience</p>                                                                                                                                          |

|  |                                                         |
|--|---------------------------------------------------------|
|  | Avoir une attitude positive<br>Sens des responsabilités |
|--|---------------------------------------------------------|

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

Tests administrés par l'agence d'Hygiène alimentaire et la Croix rouge

**Appendix F : Essential Tourism Competencies**

| COMPÉTENCES ESSENTIELLES EN TOURISME                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Emerit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Campus St-Jean                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>A.ATTITUDES</p> <p>A1.Démontrer une attitude positive</p> <p>A1.1.Démontrer de l'estime pour soi et de la confiance en soi</p> <p>A1.2.Respecter les autres</p> <p>A1.3.Démontrer de l'honnêteté et un comportement respectueux de l'éthique</p> <p>A1.4.Faire preuve d'initiative</p> <p>A2.Démontrer une attitude responsable</p> <p>A2.1.Démontrer des compétences d'organisation et de planification</p> <p>A2.2.Etre responsable de ses actions</p> <p>A2.3.Répondre aux attentes du milieu de travail</p> <p>A2.4.Démontrer son désir d'offrir un service de qualité aux clients</p> <p>A2.5.Gérer le risque</p> <p>A3.Démontrer sa faculté d'adaptation</p> <p>A3.1.Etre ouvert au changement et bien y réagir</p> <p>A3.2.Etre souple</p> <p>A3.3.Apprendre de ses erreurs</p> <p>A3.4.Gérer efficacement</p> <p>A3.5.Gérer son stress</p> <p>A4.Etre prêt à apprendre</p> <p>A4.1.Accepter le fait qu'il reste toujours quelque chose à apprendre</p> | <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>010V – Établir des relations professionnelles en tourisme</p> <p>011A – Se situer par rapport aux différences culturelles</p> <p>0114 – Assurer la qualité de l'offre touristique</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>B2. Faire preuve d'habileté en calcul</p> <p>B2.1. Effectuer des opérations arithmétiques de base</p> <p>B2.2. Décrire les formes courantes de paiement</p> <p>B2.3. Traiter les paiements au comptant</p> <p>B2.4. Traiter les paiements par chèque de voyage</p> <p>B2.5. Traiter les paiements par carte de crédit ou de débit</p> <p>B2.6. Traiter les achats portés à un compte, à une addition, ou à une note</p> <p>B2.7. Définir les stocks</p> <p>B2.8. Définir l'utilité de la gestion des stocks</p> <p>B2.9. Gérer les stocks</p> <p>B3. Faire preuve d'habileté en bureautique</p> <p>B3.1. Faire fonctionner des appareils</p> <p>B3.2. Effectuer des tâches de base à l'ordinateur</p> <p>B4. Gérer l'information</p> <p>B4.1. Recueillir l'information nécessaire</p> <p>B4.2. Utiliser l'information</p> <p>B5. Faire preuve de capacité de raisonnement</p> <p>B5.1. Prendre des décisions efficaces</p> <p>B5.2. Résoudre les problèmes</p> <p>B6. Se montrer capable de travailler en équipe</p> <p>B6.1. Être un bon coéquipier</p> | <p>relations publiques et de publicité</p> <p>010W – Dispenser de l'information touristique à caractère régional et national</p> <p>010Y – Réaliser des opérations administratives</p> <p>0115 – Réaliser des opérations financières</p> <p>010Y – Réaliser des opérations administratives</p> <p>010Y – Réaliser des opérations administratives</p> <p>0117 – Exploiter divers moyens en matière d'information, de relations publiques et de publicité</p> <p>010W – Dispenser de l'information touristique à caractère régional et national</p> <p>0114 – Assurer la qualité de l'offre touristique</p> <p>011L – Exploiter des données tirées de systèmes de réservation intégrés</p> <p>010Z – Effectuer des recherches à caractère touristique</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>B7.Faire preuve d'habilité dans la recherche d'emploi</p> <p>B7.1.Décrire l'importance de consacrer du temps et des efforts à la recherche d'emploi</p> <p>B7.2.Déterminer ses compétences, sa formation et ses besoins</p> <p>B7.3.Faire des recherches sur les emplois potentiels</p> <p>B7.4.Rédiger son curriculum vitae</p> <p>B7.5.Rédiger une lettre d'accompagnement</p> <p>B7.6.Se préparer à une entrevue</p> <p>B7.7.Se présenter à une entrevue</p> <p>B7.8.Faire le suivi nécessaire après une entrevue</p> <p>C.CONNAISSANCE DU TOURISME</p> <p>C1.Connaître le secteur du tourisme</p> <p>C1.1.Décrire le secteur du tourisme</p> <p>C1.2.Décrire l'importance du tourisme</p> <p>C1.3.Décrire l'importance du tourisme durable</p> <p>C1.4.Suivre les lignes directrices concernant le tourisme durable</p> <p>C2.Promouvoir le secteur du tourisme et son entreprise</p> <p>C2.1.Décrire le rôle de l'employé dans la promotion du tourisme</p> <p>C2.2.Définir les types de renseignements que les employés doivent être capables de fournir aux clients</p> <p>C2.3.Consulter les renseignements touristiques disponibles</p> <p>C2.4.Promouvoir la localité, la zone ou la région, la province ou le territoire, et le pays</p> <p>C2.5.Consulter les renseignements disponibles sur l'entreprise</p> <p>C2.6.Promouvoir les produits et services de l'entreprise</p> | <p>010V – Établir des relations professionnelles en tourisme</p> <p>011A – Se situer par rapport aux différences culturelles</p> <p>01HY – Assurer son intégration au marché du travail</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>010Z – Effectuer des recherches à caractère touristique</p> <p>010Z – Effectuer des recherches à caractère touristique</p> <p>010W – Dispenser de l'information touristique à caractère régional et national</p> <p>011H – Commercialiser des produits et des services touristiques</p> <p>0113 – Utiliser des stratégies de marketing touristique</p> <p>011A – Se situer par rapport aux différences culturelles</p> <p>01HA – Communiquer et interagir dans un contexte de gestion et d'approche client</p> <p>010V – Établir des relations professionnelles en tourisme</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>C3.Fournir un service professionnel</p> <p>C3.1.Fournir un bon service à la clientèle</p> <p>C3.2.Servir les clients ayant des besoins particuliers</p> <p>C3.3.Accepter les pourboires</p> <p>C3.4.Décrire les avantages du traitement approprié des plaintes</p> <p>C3.5.Déterminer les motifs d'insatisfaction des clients</p> <p>C3.6.Déterminer les raisons pour lesquels les clients ne se plaignent pas</p> <p>C3.7.Décrire ce qui se passe quand les clients n'expriment pas leur insatisfaction</p> <p>C3.8.Traiter les plaintes et les commentaires des clients</p> <p>C3.9.Traiter avec les clients injurieux</p> <p>C3.10.S'occuper des objets trouvés</p> | <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>0117 – Exploiter divers moyens en matière d'information, de relations publiques et de publicité</p> <p>0114 – Assurer la qualité de l'offre touristique</p> <p>011L – Exploiter des données tirées de systèmes de réservation intégrés</p> <p>010V – Établir des relations professionnelles en tourisme</p> <p>010Y – Réaliser des opérations administratives</p> <p>010U – Analyser les fonctions de travail</p> <p>01HA – Communiquer et interagir dans un contexte de gestion et d'approche client</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



## Appendix G : Informal Consultation Results

| Alberta Tourism Education and Workforce Development Strategy Workshop Banff, AB<br>May 26 & 27, 2014 |                                           |                                                                            | Would your stakeholders have an interest in a Tourism Management diploma program in French?                                                          | Can you speak to a need for bilingual employees?                                                                              | Would you be interested in collaborating on program delivery for a Tourism Management program? |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aaron Domes                                                                                          | Alberta Parks                             | <a href="mailto:aaron.domes@gov.ab.ca">aaron.domes@gov.ab.ca</a>           | Some services offered by Alberta Parks in French. Always looking for bilingual interpreters for Welcome Centres. German and Mandarin more in demand. | Yes, in Canmore and where collaborating with National Parks.                                                                  | Work experience offered through summer work program at GoA. Students should check website.     |
| Bob vanSomeron                                                                                       | Olds College                              | <a href="mailto:bvansomeren@oldscollege.ca">bvansomeren@oldscollege.ca</a> | Big interest from immersion students in Dual credit.                                                                                                 | Languages always an asset for employers.                                                                                      | Would be interested in collaborating. New program to launch in September.                      |
| Corbin Provost                                                                                       | Treaty 7 Tourism                          | <a href="mailto:CProvost@treaty7.org">CProvost@treaty7.org</a>             | Some stories of Francophone voyageurs are integrated into guiding services.                                                                          | No known Métis bilingual guides.                                                                                              | Should integrate aboriginal content into course work to showcase Métis History.                |
| Debbie Vance                                                                                         | College of Alberta School Superintendents | <a href="mailto:debbie.vance@cass.ab.ca">debbie.vance@cass.ab.ca</a>       | Big gap in Dual credit for Francophone and immersion schools.                                                                                        | NA                                                                                                                            | Contact about Dual Credit with Olds.                                                           |
| Deborah MacFadyen                                                                                    | CTS Council                               | <a href="mailto:dpmacfad@telusplanet.net">dpmacfad@telusplanet.net</a>     | Some CTS (EPT) courses exist in French.                                                                                                              | Look into Jasper and Canmore communities. Schools very interested in Tourism programs when parents work in Tourism.           | Contact Danielle Amerongen at Alberta Education on EPT.                                        |
| Elizabeth Halpenny                                                                                   | U of A                                    | <a href="mailto:halpenny@ualberta.ca">halpenny@ualberta.ca</a>             | Tourism is very in demand in UofA BARST program.                                                                                                     |                                                                                                                               | Contact for collaboration with BARST. Looking at stand-alone certificates.                     |
| Jimmy Shewchuk                                                                                       | Edmonton Entreprise - HOST Edmonton       | <a href="mailto:JShewchuk@Edmonton.com">JShewchuk@Edmonton.com</a>         | Interested in showcasing French Quarter during Festivals.                                                                                            | French restaurants always looking for authentic staff. Cultural elements are powerful. Rural Food Tourism should be explored. | Put in contact with French Quarter BRZ.                                                        |

|                 |                           |                                                                                        |                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                        |                                                                                      |
|-----------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Laura Baez      | Sawridge Fort McMurray    | <a href="mailto:lbaez@sawridge.com">lbaez@sawridge.com</a>                             | French-language of no particular importance but skilled workers looking to settle in Fort Mac important.                            | No. Employee retention is a bigger issues.                                                                                                                             | Always happy to accommodate work experiences.                                        |
| Laura McGowan   | TPR                       | <a href="mailto:laura.mcgowan@gov.ab.ca">laura.mcgowan@gov.ab.ca</a>                   | There are synergies with TPR and Culture collaborating. Connect with Travel Alberta and CDEA.                                       | Innovation and skilled workers are parts of the five year plan for GoA. Creating niche tourism experience would be a good example of that.                             | Keep TPR in the loop.                                                                |
| Lauren Bishop   | SAIT                      | <a href="mailto:lauren.bishop@sait.ca">lauren.bishop@sait.ca</a>                       | SAIT sees some Francophone students but they are eager to learn English. They may be interested in a French-language diploma.       | English is a must for grads. Internationals are told that they will not advance in the Industry without excellent communication skills. Lots of support given at SAIT. | Different program aims. Keep her in the loop.                                        |
| Liz Ferguson    | Hostelling International  | <a href="mailto:liz.ferguson@hihostels.ca">liz.ferguson@hihostels.ca</a>               | Some Francophones working in Hostels but not many looking for formal Tourism training. Training not needed to advance in industry.  | Bilingualism is an asset for HI but not a must.                                                                                                                        | Keep HI in the loop and in mind for work experience. Some hostels accept volunteers. |
| Paul Pelletier  | Portage College           | <a href="mailto:paul.pelletier@portagecollege.ca">paul.pelletier@portagecollege.ca</a> | Launching new Cuisine program in September. Excellent facilities.                                                                   | Big community in St. Paul.                                                                                                                                             | Not at this time.                                                                    |
| Robert Rock     | IAE                       | <a href="mailto:robert.rock@gov.ab.ca">robert.rock@gov.ab.ca</a>                       | Continued interest in Tourism programs.                                                                                             | NA                                                                                                                                                                     | Keep in loop for revisions to PP                                                     |
| Michel Dufresne | Banff Job Resource Centre | <a href="mailto:micheld@shaw.ca">micheld@shaw.ca</a>                                   | English language is a must. Not many of his clients looking for training in tourism as employers will offer for retention purposes. | Bilingualism can be an advantage but only if spoken English solid.                                                                                                     | Will promote program.                                                                |

**NEW ACADEMIC PROGRAM LIBRARY IMPACT STATEMENT  
CERTIFICATION**

Submitted to the Academic Development Committee

The Library has examined the proposal for the introduction of the new diploma program *Tourisme* at the Campus *Centre collégial de l'Alberta*. It will be a two year diploma program in French with the objective of training multilingual skilled individuals to begin their career in the global hospitality and tourism industry.

The attached commentary outlines the anticipated impact on Library services and facilities of the above program, indicating the Library's current ability to support the program and any additional costs it might entail. At the Bibliothèque Saint-Jean (BSJ), we base estimates on the fact that all new students enrolled in this program will be considered University of Alberta students.

Executive summary of costs

| Total Costs                     | Start Up | 2014-15                     | 2015-2016                    | Ongoing<br>(expected annual<br>maintenance cost) |
|---------------------------------|----------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. Collections budget           | \$ 3,450 | \$ 2,308<br>+\$5000<br>(DB) | \$ 2,400<br>+\$10000<br>(DB) |                                                  |
| 2. Capital budget               | ---      | ---                         | ---                          |                                                  |
| 3. Operating/staffing<br>budget |          | \$ 1,600                    | \$ 1,000                     |                                                  |
| Total costs: Summary            | \$ 3,450 | \$8,908                     | \$ 13,400                    | \$ 13,500                                        |

We support the proposed program and look forward to working with its instructors and students.

Signed by



Kathryn Arbuckle  
Chief Librarian (Acting)

Submitted by

Tatiana Usova  
Head, Bibliothèque Saint-Jean

Adriana Bugyiova  
Public Services Librarian, BSJ

April 17 2012

The new program *Tourism* will incur additional costs for Library acquisitions and for library staff time.

### **Impact on Collections:**

#### **Monographs**

*Tourism* is a subject area that was not developed extensively at the BSJ in the past. There is a need to establish and/or update basic-level collection for:

- *Introduction au tourisme*
- *Régions /attractions touristiques*
- *Profession et éthique professionnelle*
- *Produits touristiques (hébergement, transport en Alberta)*
- *Comptabilité hôtelière*
- *Réception & conciergerie*
- *Marché de travail dans l'industrie du tourisme*
- *Communication (English) - forms and expression related to the tourism industry*
- *Marketing (du tourisme)*
- *Guide touristique – techniques de communication*
- *Écoresponsabilité & tourisme durable*

We need to acquire at least 8 titles for the above mentioned subject areas to support this course in the first year. For the second and following years, about 5 new titles or new editions should be purchased. The preference will be given to acquiring electronic books when available. The current median cost is around \$ 35 for a monograph, \$ 60 for a manual. An inflation rate of 4 % a year is anticipated.

#### **Periodicals**

The BSJ has a small selection of periodicals (about 4) in the subject area. New journal subscriptions will be required to support the program. Two titles related to tourism were identified for a purchase.

#### **Databases**

Databases available at the BSJ, especially *Hospitality & Tourism Complete*, sufficiently cover the subject field. The addition of new students to the Library's licenses for electronic resources incurs a cost of \$200 per student/year. For the first year of the program the cost for 10 students will be \$2,000. For the consecutive years the cost will increase with the increase of the number of students and will be equal to \$4,000/year (20 students × \$200).

An equivalent to one Faculty position (FTE) in the first year and an equivalent to a second Faculty position in the second year will be hired to teach the program. The addition of new Faculty members to the university has a standard cost of \$3,000/person taking into account the incremental resources needed to address the unique library expectations of each new Faculty position.

Thus, in total the impact on collections will be the following:

**Start-up:** 88 books (incl. 8 manuals) + 2 periodicals (80 x \$ 35 + 8 x \$ 60 + 2 x 85) = \$3,450.

**2014-2015:** 55 books + 2 periodicals (50 x \$ 35 + 5 x \$ 60 + 2 x \$ 85) = \$ 2220 + 4% inflation = \$2,308. Access to electronic resources \$2,000 for students & \$3,000 faculty.

**2015-2016:** 55 books + 2 periodicals (50 x \$ 35 + 5 x \$ 60 + 2 x \$ 85) = \$2,400 (4 % inflation incl.). Access to electronic resources \$4,000 for students & \$6,000 2 faculty.

**Impact on Library space, equipment and technology:**

Since the *Centre collégial de l'Alberta* programs will be housed either in *La Cité Francophone* that has 9 smartrooms or at a remote location, we do not expect a significant impact on Library space and equipment.

**Impact on Library staff:** The proposed program would have an impact in terms of staff time.

The creation of a resource guide to support the program and to facilitate students' access to electronic resources (databases and free resources, e.g. *Commission canadienne du tourisme, Travel Alberta* and *Tourism, Parks and Recreation Alberta*) will require 10 staff hours the first year and 3 hours/year for the maintenance in subsequent years.

One hour of library instruction time will be necessary in the first year to introduce new students to Library resources.

During both the first and second years of the program, a number of reference requests are expected as students proceed with major assignments during their course work. This is estimated to amount to 5 hours in the first year and 6 hours in each of the consecutive years. In case the program is offered at a remote location, the time will be used to create online instruction tutorials for students.

In total, some 16 hours of instruction and consultation time will be required the first year, and 10 hours each consecutive year. The additional hours of librarian time spent in preparation for instructional sessions, consultations, and in securing the resources to support the program, are estimated to double this total to 32 hours the first year and 20 hours in subsequent years. It amounts to \$ 1,600 the first year and \$1,000 the second year (the rate used is \$50/hour).

As program grows, the Library will be monitoring the impact on staff, equipment and facilities needs.

Submitted by

Tatiana Usova  
Head, Bibliothèque Saint-Jean