

PLAN DE COURS

MRK-1900 : Marketing touristique durable

NRC 16833 | Hiver 2022

Mode d'enseignement : À distance

Temps consacré : 3-0-6	Crédit(s) : 3
------------------------	---------------

Principes fondamentaux de marketing dans une perspective de développement durable. Nature des services touristiques et rôle du marketing pour l'organisation et le territoire. Principes de démarketing. Commercialisation des produits et services touristiques d'une entreprise ou à l'intérieur d'un territoire. Définition et création du produit touristique selon les clientèles visées et les réseaux de distribution du produit touristique. Distribution directe et indirecte du produit touristique. Définition d'un plan de marketing touristique dans une perspective de développement durable.

Ce cours est offert à distance en mode synchrone, en direct, selon l'horaire indiqué. Les enregistrements des séances seront rendus disponibles sur le site Web du cours. Les examens sous surveillance des cours à distance synchrones nécessitent un déplacement sur le campus ou dans l'un des centres d'examen hors campus. Ils ont lieu en soirée ou la fin de semaine et peuvent donc se dérouler à un autre moment que la plage prévue pour les séances synchrones. Plus de détails seront fournis ultérieurement.

Plage horaire

Classe virtuelle synchrone		
lundi	12h30 à 15h20	Du 10 janv. 2022 au 22 avr. 2022

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. [Vérifier l'horaire dans Capsule](#)

Site de cours

<https://sitescours.monportail.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=138982>

Coordonnées et disponibilités

Steve Derome


Chargé de cours

à distance

steve.derome@ggr.ulaval.ca

Soutien technique

Équipe de soutien - Systèmes technopédagogiques (BSE)

<http://www.ene.ulaval.ca> 

418-656-2131 poste 414331

Sans frais: 1-877 7ULAAVAL, poste 414331

Automne et hiver	
Lundi au jeudi	8 h à 19 h
Vendredi	8 h à 17 h 30
Été	
Lundi au jeudi	8 h à 17 h
Vendredi	8 h à 16 h

Sommaire

Description du cours	4
Introduction	4
Objectifs généraux	4
Approche pédagogique	4
But	5
Modalités d'encadrement	5
Charge de travail et calendrier	6
Étudiant ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental	9
Contenu et activités	9
Évaluation et résultats	10
Liste des évaluations	10
Informations détaillées sur les évaluations sommatives	10
Stratégie marketing	10
Plan marketing	11
Examen final	11
Barème de conversion	11
Règles disciplinaires contre la tricherie et le plagiat	11
Correction linguistique, retard et présentation des travaux	12
Utilisation d'appareils électroniques pendant une séance d'évaluation	12
Absence aux examens	12
Étudiants ayant une situation de handicap liée à une limitation fonctionnelle	12
Examen sous surveillance	13
Évaluation de l'enseignement	13
Gestion des délais	13
Résultats	13
Utilisation d'un logiciel de détection de plagiat	13
Matériel didactique	13
Portail thématique de la Bibliothèque	13
Site web de cours	14
Spécifications technologiques	14
Matériel du cours	14
Bibliographie	14
Bibliographie	14
Annexes	14

Description du cours

Introduction

Le cours de 3 crédits permet d'acquérir les concepts fondamentaux du marketing stratégique et opérationnel afin de mieux comprendre les services et les destinations touristiques. Ce cours de base permettra à l'étudiant de comprendre le rôle et la nature du marketing dans une perspective de tourisme durable. Les étudiants seront exposés à la complexité de l'application des principes du tourisme durable pour le professionnel ou le gestionnaire qui doit développer une destination, un produit ou un service touristique dans un souci de pérennité des ressources et d'équité sociale tout en répondant aux besoins et attentes des consommateurs et parfois faire des profits...

Ce document vous aidera dans votre préparation afin de suivre le cours. Il définit en quelque sorte un mode d'emploi pour le cheminement que vous devez adopter et les différentes exigences auxquelles vous devez répondre.

Objectifs généraux

Au terme de ce cours, l'étudiant serait en mesure

- de réaliser les impacts de la pandémie actuelle sur le tourisme et d'anticiper l'avenir de l'industrie;
- de rencontrer et discuter avec des acteurs impliqués dans le développement et la gestion du tourisme au Québec et à l'international.
- de comprendre la nature et le rôle du marketing chez les consommateurs et dans les organisations touristiques;
- de connaître les différents éléments d'une stratégie de marketing en tourisme incluant des notions de durabilité;
- de comprendre le comportement d'achat des touristes;
- d'identifier les caractéristiques des services touristiques;
- de connaître le positionnement et la segmentation et ses utilisations pour la commercialisation des services touristiques;
- d'intégrer les principes du développement durable au mix-marketing;
- de réaliser une stratégie et plan de marketing

Approche pédagogique

Le cours est conçu selon une approche pédagogique propre à la formation par Internet. Le cours sera dispensé via la plateforme Zoom. L'adresse de connexion pour sera envoyé par courriel à chaque semaine. À noter que le cours sera enregistré à chaque semaine.

Le matériel didactique et la formule utilisés vous permettent d'adopter une démarche d'apprentissage axée sur la collaboration, la communication ainsi que le travail individuel et/ou d'équipe. Ces méthodes pédagogiques vous amèneront à gérer votre temps de manière flexible et structurée afin de respecter le rythme du cours. Votre présence à chaque semaine en classe ou sur le portail du cours est toutefois indispensable.

Durant ce cours, vous aurez à effectuer des lectures, à consulter des éléments multimédia, des sites Internet et à communiquer avec l'enseignant et les autres étudiants du cours.

À chaque semaine, un invité pourra intervenir, lors de la dernière heure du cours, sur un thème en lien avec le contenu du module. Les quinze dernières minutes du cours seront une période d'échange entre les étudiants et l'invité.

Voici la liste des activités d'apprentissage qui seront utilisées durant la session :

Présentations en classe virtuelle sous format PowerPoint.

Afin de synthétiser la matière, des présentations sur Internet sous format PowerPoint vous permettront d'aborder les éléments conceptuels ainsi que les explications pratiques nécessaires à la réalisation des travaux de session. Vous devez prendre connaissance de ces présentations et vous présenter en classe afin de réussir l'examen et les travaux de session.

Lectures obligatoires

Une série de lectures provenant d'articles scientifiques ou de sites Web vous seront proposées afin de vous permettre d'assimiler les concepts de cours. Les lectures obligatoires sont nécessaires pour la réussite de l'examen et des travaux de session. Elles vous permettront également d'approfondir vos réflexions.

Lectures complémentaires

Des documents, sites Web ou lectures vous sont proposées afin d'approfondir le contenu du cours.

Sites Web

La visite de certains sites Web pertinents est obligatoire et nécessaire pour la préparation de l'examen du cours. Ces sites peuvent illustrer un concept du cours ou contenir des exemples d'organisations ou d'entreprises touristiques associées aux concepts du cours.

Travaux

La réalisation des travaux vous permettra d'établir un lien entre les concepts et la pratique. En d'autres mots, les travaux de session visent à permettre à l'étudiant de manipuler certains concepts du cours.

Forums de discussion

Que ce soit pour poser une question sur la matière ou participer à un débat, les étudiants sont invités à utiliser le forum de discussion. Les forums sont également des lieux où les étudiants peuvent échanger entre eux ou avec le professeur du cours. Si vous réalisez un travail d'équipe, le professeur peut créer un forum privé qui sera accessible uniquement aux membres de l'équipe.

Examen par internet

Vous aurez à effectuer un examen final par internet. Cet examen sera développé à partir du contenu de ce cours i.e. les questions porteront sur les notions présentées lors du cours, sur les lectures obligatoires et sur les discussions avec les invités. Vous aurez les instructions détaillées en temps opportun.

But

Le principal but de ce cours consiste à initier l'étudiant aux bases théoriques et pratiques utilisés par les gestionnaires et les professionnels du marketing touristique dans une perspective de développement durable. Les caractéristiques spécifiques des services touristiques, les besoins et attentes des touristes, l'expérience et la qualité des services, la prise de décision en matière d'achat, la stratégie de segmentation, l'impact des variables socio-économiques et géographiques sur le comportement d'achat, la distribution et la communication touristique incluant la marque et les médias, seront abordés dans ce cours. Les étudiants seront également exposés au concept d'innovation dans les services touristiques, notamment afin de considérer les impacts liés au développement durable dans la commercialisation. En lien avec la pandémie, les étudiants seront exposés à la problématique de l'effet de rebond sur la croissance des ventes post Covid dans une société confrontée à des problèmes sociaux et environnementaux.

Modalités d'encadrement

Nous vous suggérons de suivre le calendrier de travail proposé dans la section Calendrier. En adoptant un rythme d'apprentissage régulier dès le début de la session, vous serez en mesure de respecter les échéances du cours, de partager des informations et de discuter avec les autres étudiants du cours, et de bénéficier d'une rétroaction de l'enseignant sur la matière en cours. La personne inscrite reste bien sûr la seule gestionnaire de son temps, mais elle s'engage à remettre les travaux notés aux moments prescrits sous peine de sanction. De plus, elle s'engage à effectuer les examens aux moments prescrits.

L'enseignant vous fournira des rétroactions, notamment par sa présence aux discussions des forums, mais également par la remise des travaux de session ou la correction des examens. Bien sûr, vous pourrez communiquer avec lui par courriel pour lui poser des questions.

Pour communiquer avec l'enseignant, vous devez utiliser votre courriel de l'Université Laval.

Il est important de prendre conscience que la réponse aux questions posées par courrier électronique ou sur le forum ne sera pas instantanée. Il ne répondra pas nécessairement à toutes les questions du forum, mais il consultera tous les messages. Certaines

questions du forums doivent être répondues par les étudiants. Vous êtes invités à soumettre des questions ou des réponses à travers les forums.

Remarque par rapport à l'encadrement : L'enseignant lira tous les messages sur les forums et visitera le site du cours régulièrement. Les réponses aux courriels personnels seront effectuées 2 fois par semaine. Afin d'éviter des délais supplémentaires, il est recommandé d'être explicite dans vos questions et vos commentaires. Par exemple, vous êtes invités à spécifier le nom des documents ainsi que les pages sur lesquelles portent vos questions. De plus, les questions transmises par courriel doivent être rédigées avec clarté et précision.

Charge de travail et calendrier

Ce cours de trois crédits est offert virtuellement sur une période d'environ 3 mois. La somme de travail exigée pour l'étude des modules, les lectures obligatoires, les travaux de session et la réalisation de l'examen final est d'environ 135 heures par session.

Calendrier

Semaine	Module	Activités d'apprentissage et évaluations	Activités complémentaires
Lundi 10 janvier 2022	1	<p>12h30 à 14h20</p> <p>Présentation du cours</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brève présentation du chargé de cours et des étudiants • Objectifs du cours • Déroulement du cours • Évaluations et calendrier <p>Impacts de la pandémie sur le tourisme et perspective d'une relance touristique durable ? Vraiment ?</p> <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invités de la semaine.</p> <p>Frédéric Gonzalo, consultant spécialisé en marketing touristique numérique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Questions à répondre lors de votre présentation au début du cours : <ul style="list-style-type: none"> ○ Vous venez de quel endroit sur la planète ? ○ Vous habitez où présentement ○ Dans quel programme étudiez-vous ? ○ Vous en êtes à quelle année d'étude au 1er cycle ? ○ Avez-vous une expérience de travail en tourisme ? ○ Qu'anticipez-vous comme type de carrière ? ○ Quelles sont vos besoins et attentes envers ce cours ?
Lundi 17 janvier 2022	2	<p>12h30 à 14h20</p> <p>Acteurs marketing de l'industrie touristique et introduction au concept de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acteurs de l'industrie touristique : Rôles et responsabilités. • Qu'est-ce que le marketing ? • Brève histoire du marketing et du marketing touristique • Les diverses formes du marketing • La stratégie marketing et le marketing-mix • Matrice FFOM 	<ul style="list-style-type: none"> • Division des régions touristiques du Québec pour les travaux de session par équipe.

		<p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>Jean-Michel Perron et Geneviève Turner de Tourisme Durable Québec</p>	
Lundi 24 janvier 2022	3	<p>12h30 à 14h30</p> <p>Comportement du touriste consommateur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besoins • Motivations • Perceptions • Risque • Influence socio-économiques et culturelles • Parcours du consommateur touristique <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 31 janvier 2022	4	<p>12h30 à 14h30</p> <p>Qualité des services touristiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bien vs service • Tangibilité vs intangibilité • Production et consommation directe <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 7 février 2022	5	<p>12h30 à 14h20</p> <p>Positionnement, segmentation, ciblage et recherche marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positionnement de la destination et des produits touristiques • Avantage et environnement concurrentiel • Segmentation et ciblage des clientèles <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 14 février 2022	6	<p>Relation entre entreprises et consommateurs</p> <p>12h30 à 14h20</p>	


		<ul style="list-style-type: none"> • Transaction vs relation vs fidélisation • Marketing relationnel • Gestion de la Relation Client (GRC) <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 21 février 2022	7	<p>12h30 à 14h20</p> <p>Marketing territorial et Image de marque</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attractivité du territoire • "Branding" • Ambassadeur <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 28 février 2022	8	<p>12h30 à 14h20</p> <p>Principes de durabilité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Démarketing • Labellisation • Écoblanchiment <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 7 mars 2022		Semaine de lecture	Remise du travail de session Stratégie de marketing (35%) le 11 mars à 16h00
Lundi 14 mars 2022	9	<p>12h30 à 14h20</p> <p>"Product" Produit et Expérience touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évolution du produit touristique • Les composantes de l'offre produits • Marketing expérentiel <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 21 mars 2022	10	<p>12h30 à 14h20</p> <p>"Promotion" : Communication et influence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionnel et numérique 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Marketing traditionnel vs Marketing de contenu • Marketing d'influence <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 28 mars 2022	11	<p>12h30 à 14h20</p> <p>"Place" : Distribution et ventes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acteurs et structure du réseau de distribution • Vente directe vs indirecte • Traditionnel vs numérique <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 4 avril 2022	12	<p>12h30 à 14h20</p> <p>"Price" : Prix et revenus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transaction vs relation • Forfaitisation et tatification dynamique • "Yield et Revenue management" <p>14h30 à 15h20</p> <p>Invité de la semaine :</p> <p>à confirmer</p>	
Lundi 11 avril 2022	13	Examen final	Examen final (40%) et remise du deuxième volet du travail de session (25%) le 15 avril à 16h00
Lundi 18 avril 2022		Congé de Pâques	

La semaine de présentation des modules pourrait être modifiée au cours de la session par l'enseignant.

Étudiant ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental

Les étudiants qui ont une lettre d'Attestation d'accommodations scolaires obtenue auprès d'un conseiller du secteur Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ACSESH) doivent rencontrer leur professeur au début de la session afin que des mesures d'accommodation en classe ou pour les évaluations puissent être organisées. Ceux qui ont une déficience fonctionnelle ou un handicap, mais qui n'ont pas cette lettre doivent contacter le secteur ACSESH au 656-2880, le plus tôt possible.

Le secteur ACSESH vous recommande fortement de vous prévaloir des services auxquels vous avez droit afin de pouvoir réussir vos études, sans discrimination ni privilège. Pour plus d'information, voir la Procédure de mise en application des mesures d'accommodations scolaires à l'adresse suivante : <https://www.aide.ulaval.ca/situation-de-handicap/presentation/> 

Contenu et activités

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
Module 1 : Présentation du cours de MTD	
Module 2 : Acteurs marketing de l'industrie touristique et Introduction au concept de marketing	
Module 3 : Comportement du touriste consommateur	
Module 4 : Qualité des services touristiques	
Module 5: Positionnement, segmentation, ciblage et recherche marketing	
Module 6 : Relation entre entreprises et consommateurs	
Module 7 : Marketing territorial et Image de marque	
Module 8 : Principes de durabilité	
Module 9 : "Product" Produit et Expérience Touristique	
Module 10 : "Promotion" : Communication et influence	
Module 11 : "Place" : Distribution et ventes	
Module 12 : "Price" : Prix et revenus	
Archives : Module 10	
Archives Examen final 19 avril 12h30 à 15h30	
Archives : Rendement et Distribution (Vendredi 25 octobre 2019)	
Archives : Communication et image touristique (Vendredi 25 octobre 2019)	
Archives : Matrice FFOM & Plan de marketing	
Archives : Documents divers	

Note : Veuillez vous référer à la section *Contenu et activités* de votre site de cours pour de plus amples détails.

Évaluation et résultats

Liste des évaluations

Sommatives			
Titre	Date	Mode de travail	Pondération
Stratégie marketing	Dû le 11 mars 2022 à 16h00	En équipe	35 %
Plan marketing	Dû le 15 avr. 2022 à 16h00	En équipe	25 %
Examen final	Le 11 avr. 2022 de 12h30 à 15h20	Individuel	40 %

Informations détaillées sur les évaluations sommatives

Stratégie marketing

Date de remise : 11 mars 2022 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 35 %
Remise de l'évaluation : steve.derome@ggr.ulaval.ca
Directives de l'évaluation :

Voici les détails pour le travail de session sur la Stratégie de Marketing . Plus de détails seront donnés dans le cours.

Fichiers à consulter :

 [MRK-1900 H22 Stratégie de marketing v1.pdf](#) (113,55 Ko, déposé le 12 janv. 2022)

Plan marketing

Date de remise : 15 avr. 2022 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 25 %
Remise de l'évaluation : steve.derome@ggr.ulaval.ca

Examen final

Date : Le 11 avr. 2022 de 12h30 à 15h20
Mode de travail : Individuel
Pondération : 40 %

Barème de conversion

Cote	% minimum	% maximum
A+	89,5	100
A	86,5	89,49
A-	83,5	86,49
B+	80,5	83,49
B	77,5	80,49
B-	74,5	77,49

Cote	% minimum	% maximum
C+	71,5	74,49
C	68,5	71,49
C-	64,5	68,49
D+	60,5	64,49
D	54,5	60,49
E	0	54,49


Retard motivé : Z

Cours non complété : E (échec)

Note retardée par le professeur : M

Le barème de notation comporte les ajustements de cote par rapport au barème facultaire (ex. A+ équivaut à 90-100).

Règles disciplinaires contre la tricherie et le plagiat

Tout étudiant(e) qui commet une infraction relative aux études, au sens du Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval, dans le cadre du présent cours, notamment en ce que constitue du plagiat, est passible des sanctions qui sont prévues par ce Règlement. Il est très important que chaque étudiant(e) prenne connaissance des articles 22 à 32 dudit Règlement, à : <http://ulaval.ca/reglement-disciplinaire> 

Tout étudiant(e) est tenu, en réalisant tout travail écrit requis dans un cours, de respecter les règles relatives à la protection du droit d'auteur et à la prévention du plagiat dans ses travaux formateurs soumis à l'évaluation. Constituent notamment du plagiat les faits de :

- i. copier textuellement un ou plusieurs passages provenant d'un ouvrage sur support de papier ou électronique sans mettre ces passages entre guillemets ni en hors-texte et sans en mentionner la source;
- ii. résumer l'idée originale d'un auteur(e) en l'exprimant dans ses propres mots (paraphraser) sans en mentionner la source;
- iii. traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance;
- iv. remettre un travail copié partiellement ou totalement d'un autre étudiant(e) (avec ou sans son accord);

v. remettre un travail téléchargé partiellement ou totalement d'un site d'achat ou d'échange de travaux scolaires.
[Sources: En application de l'article 161 du Règlement des études de l'Université Laval, https://www.ulaval.ca/fileadmin/Secretaire_general/Reglements/Reglement_des_etudes.pdf. Commission de l'Éthique de la science et de la technologie, *La tricherie dans les évaluations et les travaux à l'université: l'éthique à la rescousse* (rédaction: Denis Boucher), Québec, 15 mai 2009; texte adapté ici le 16 juillet 2009.]

Correction linguistique, retard et présentation des travaux

Un maximum de 15 % pourra être enlevé aux résultats de chacun des examens et des travaux pour des fautes de grammaire, d'orthographe, de ponctuation ou de syntaxe, ainsi que pour la propreté du document, et cela à raison d'un demi-point (0,5 %) par faute ou erreur constatée. La correction des travaux d'étudiants non francophones fera l'objet d'une considération particulière.

Aucun retard injustifié à la remise des travaux ne sera toléré.

Utilisation d'appareils électroniques pendant une séance d'évaluation

Le seul appareil électronique toléré pendant une séance d'évaluation est la calculatrice.

Les calculatrices autorisées durant les séances d'examen pour tous les cours offerts par la Faculté de foresterie, de géographie et de géomatique sont les suivantes :

- Hewlett Packard HP 20S, HP 30S, HP 32S2, HP 33S, HP 35S
- Texas Instrument TI-30Xa, TI-30XIIB, TI-30XIIS, TI-36X (plus fabriqué),
- BA35
- Sharp EL-531**, EL-535-W535, EL-546**, EL-510 R, EL 516*, EL-520**
- Casio FX-260, FX-300 MS, FX-350 MS, FX-300W Plus, FX-991MS, FX-991ES (plus fabriqué), FX-991W*, FX-991ES Plus C*

* Modèles qui ne seront plus autorisés dès 2016.

** Calculatrices Sharp: sans considération pour les lettres qui suivent le numéro.

Absence aux examens

Un étudiant absent à un examen ou à toute autre séance d'évaluation obtient automatiquement la note zéro à moins qu'il ait des motifs sérieux justifiant son absence.

Les seuls motifs acceptables pour s'absenter à un examen et avoir droit à un examen de reprise sont les suivants :

- **Convocation par une cour de justice** durant la plage horaire prévue pour l'examen avec preuve de convocation.
- **Maladie durant la plage horaire prévue pour l'examen avec un billet de médecin** précis incluant les dates d'invalidité et les coordonnées du médecin.
- **Mortalité d'un proche** avec preuve de décès et lettre d'une tierce personne attestant du lien de parenté ou autre lien entre l'étudiant et la personne décédée.

Les pièces justificatives doivent être des originaux et doivent être présentées à l'enseignant, au directeur de programme ou au secrétariat des études (1250 pavillon Abitibi-Price) le plus rapidement possible.

Aucune justification d'absence reliée à des événements sportifs (sauf pour les athlètes du Rouge et Or, sur approbation préalable de la direction de programmes) ou reliée à un emploi, à un conflit d'horaire avec d'autres cours ou examens, à des horaires de voyage conflictuels (billets d'avion déjà achetés, par exemple) ou à des motifs religieux quelconques n'est acceptable.

Les conflits d'horaire doivent être résolus au tout début de la session, avant la fin de la période de modification du choix de cours, par l'étudiant lui-même. Un étudiant inscrit au cours après cette date est réputé ne pas avoir de conflit d'horaire et pourra se présenter à tous ses examens.

L'étudiant dont l'absence est dûment justifiée a l'obligation de se rendre disponible pour un examen de reprise à la date fixée par l'enseignant sans quoi il obtiendra la note zéro pour cet examen.

Étudiants ayant une situation de handicap liée à une limitation fonctionnelle

Afin de bénéficier de mesures d'accommodement pour les cours ou les examens, un rendez-vous avec une conseillère ou un conseiller du Centre d'aide aux étudiants travaillant en **Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ACSESH)** est nécessaire. Pour ce faire, les étudiants présentant une situation de handicap liée à une limitation fonctionnelle permanente doivent visiter le site monPortail.ulaval.ca/accommodement et prendre un rendez-vous, le plus tôt possible. Au cours de la semaine qui suit l'autorisation des mesures, l'activation des mesures doit être effectuée dans monPortail.ulaval.ca/accommodement pour assurer leur mise en place.

Les étudiants ayant déjà obtenu des mesures d'accommodements scolaires doivent procéder à l'activation de leurs mesures pour les cours et/ou les examens dans monPortail.ulaval.ca/accommodement afin que celles-ci puissent être mises en place. Il est à noter que l'activation doit s'effectuer au cours des deux premières semaines de cours.

Examen sous surveillance

L'examen final se fait individuellement et aura lieu à la quinzième semaine de la session. Lors de cet examen en salle, les étudiants peuvent utiliser les notes de cours et la documentation (ex. le livre et les textes associés au cours, le contenu des forums de discussion). L'examen final se base sur les notes de cours, les sites Internet, le livre et les lectures obligatoires disponibles sur le site Internet du cours, le contenu des forums de discussion et les concepts associés aux travaux de session. L'examen final couvre l'ensemble de la session et sera d'une durée de 2h50. Cet examen sera développé à partir du contenu de ce cours. Consultez le module 15 du site Internet du cours afin d'obtenir de plus amples informations à ce sujet.

Évaluation de l'enseignement

À la fin de ce cours, l'Université peut procéder à l'évaluation du cours afin de vérifier si la formule pédagogique a atteint ses buts. Vous recevrez à cet effet un questionnaire d'évaluation (par la poste ou par courriel) qui permettra d'améliorer ce cours de formation à distance. Cette dernière étape est très importante et les responsables du cours vous remercient à l'avance pour votre collaboration.

Gestion des délais

Pour chaque travail de session, une pénalité de 10 % par jour de retard au-delà de la date prévue est appliquée. Après une semaine de retard, votre travail sera refusé. Le travail de session doit obligatoirement être transmis par courriel au professeur sous format word.

Résultats

- Les résultats des travaux ou les rétroactions seront transmis en cours de session.

Utilisation d'un logiciel de détection de plagiat

L'Université Laval étant abonnée à un service de détection de plagiat, il est possible que l'enseignant soumette vos travaux pour analyse.

En cas de fraude ou de plagiat, des actions disciplinaires pourraient être conduites. Pour plus d'information à ce sujet, vous pouvez consulter le Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval (www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf).

Citer vos sources selon les règles préconisées est d'une importance capitale. Pour plus d'information sur le référencement, vous pouvez consulter les sites Web suivants :

- Citer ses sources : www.bibl.ulaval.ca/chercher-autres-sujets/citer-ses-sources
- Tutoriel : Citer ses sources et éviter le plagiat www.bibl.ulaval.ca/diapason/plagiat/plagiat.htm

Matériel didactique

Portail thématique de la Bibliothèque

La Bibliothèque de l'Université Laval offre à ses usagers l'accès à des informations et des outils en recherche documentaire regroupés par discipline :

- Livres, articles, documents multimédias, etc.
- Bases de données de la discipline
- Nouveautés
- Suggestions de votre conseiller à la documentation
- Trucs et astuces
- Etc.

Pour explorer les ressources de votre discipline, cliquez sur le lien suivant : www.bibl.ulaval.ca/mieux/chercher/index_portails

Site web de cours

Le site web du cours est situé sur la plate-forme de cours disponible à l'adresse suivante : <https://www.portaildescours.ulaval.ca>.

Le matériel didactique disponible sur le site web du cours comprend :

- les notes de cours (en format pdf)
- les exercices
- les références (liens web, glossaire et bibliographie)

Spécifications technologiques

Pour pouvoir suivre ce cours, vous devrez disposer du matériel et des logiciels suivants :

Logiciels		Adresse web	Prix
Lecteur PDF	Acrobat Reader version 9.0 ou +	www.adobe.com	Gratuit
Machine virtuelle	Java	www.java.com	Gratuit

Matériel du cours

L'ensemble du matériel didactique nécessaire pour ce cours est disponible :

- sur le site Web du cours dans la section **Contenu et activités**.

Bibliographie

Bibliographie

Le livre *Marketing du tourisme durable* est disponible sans frais en version électronique par votre identifiant IDUL et votre mot de passe.

Marketing du tourisme durable, Gérard Séguin, Emmanuelle Rouzet (2010) Collection : Management sectoriel, Éditeur : Dunod, Nombre de pages : 208

Pour l'obtenir, vous devez vous rendre sur cairn.info puis cliquez sur **Connexion** dans le menu en haut à droite.

Par la suite, sélectionnez **Accès Instituiton** et cliquez sur **Authentifiez-vous** tout au bas.

Allez cliquez sur le **Canada** de la carte du monde et sélectionnez **Université Laval** dans le menu déroulant puis **cliquez sur Accès distant**.

Entrez votre IDUL et votre mot de passe et une fois connecté, entrez **Marketing du Tourisme Durable** dans la barre de recherche. Vous aurez accès au livre gracieusement.



Annexes

Pour la réalisation de vos travaux, vous êtes invités à utiliser les bases de données de la bibliothèque ou certaines sites internet.

[Google Scholar](#)

Ce **moteur de recherche** vous permettra de trouver des articles scientifiques ou professionnels. Vous n'avez pas besoin d'être branché à la [Bibliothèque de l'Université Laval](#)  afin d'utiliser ce moteur de recherche.

[Accès hors campus \(Service WebVPN\)](#)

Si vous travaillez **hors-campus** (ex. de la maison), vous avez accès aux [bases de données de la Bibliothèque de l'Université Laval](#)  afin de réaliser vos travaux. Si vous êtes à l'extérieur du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN avant d'accéder aux [bases de données de la Bibliothèque de l'Université Laval](#) .

[Portail de la géographie](#)

Pour la réalisation de vos travaux, vous êtes invités à visiter le **portail** de la géographie de la [Bibliothèque de l'Université Laval](#). Vous y trouverez moult informations pertinentes sur la géographie.

[Hospitality and Tourism Complete](#)

Cette base de données contient des revues de recherche portant notamment sur le **tourisme**. Vous trouverez dans cette base de données les principales revues scientifiques de langue anglaise. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

[Eureka](#)

Cette base de données contient des **revues ou des journaux professionnels**. Vous y trouverez de nombreux articles de quotidien en français. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

[Leisure Tourism Database](#)

Cette base de données contient des revues de recherche portant notamment sur le **tourisme et le loisir**. Vous trouverez dans cette base de données les principales revues scientifiques de langue anglaise. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

[Science direct](#)

Cette base de données contient des revues de recherche portant notamment sur la **consommation**. **Vous trouverez plusieurs dont plusieurs portent sur le tourisme et le loisir**. Vous trouverez dans cette base de données les principales revues scientifiques de langue anglaise. Si vous êtes hors du campus, vous devez vous brancher au Service WebVPN afin d'accéder à cette base de données.

[Citez vos sources](#)

Pour vos **références et citations**, je vous invite à consulter cette page électronique de la Bibliothèque de l'Université Laval. Vous pouvez adopter ou vous inspirer du style de l'APA ou de l'MLA. Prière de présenter vos références de façon uniforme et ce, tant dans le texte que dans la section Bibliographie de vos travaux.

Voici d'autres éléments d'informations pertinents :

[Évaluer et citer ses sources](#) 

[Tutoriel : Citer ses sources et éviter le plagiat](#) 

[Comment citer un document électronique?](#) 