

TOURISME 11 ET 12

Document de ressources



TABLE DES MATIÈRES

Préface : Historique et raison d'être v

Remerciements vi

Partie 1: Consultation du document de ressources

Comment utiliser les activités 3

Comment utiliser le programme 5

Relation avec les autres matières 5

Schéma d'une activité 6

Considérations communes à tous les programmes 8

Plans de cours types 11

Aperçu du programme — Tableau des résultats et des ressources d'apprentissage 16

Partie 2: Les activités

Activités reliées au programme d'études 53

Activités supplémentaires pour les programmes de langue française 120

Partie 3 : Appui au programme

Préparation à la carrière et expérience en milieu de travail	249
Programmes de préparation à la carrière	249
Expérience en milieu de travail	250
L'expansion des ressources par la création de liens étroits	251
Liaison avec les établissements d'enseignement postsecondaire	252
Stratégies d'enseignement	252
Comment se procurer la documentation	260
L'utilisation et l'analyse des médias	267

PRÉFACE — HISTORIQUE ET RAISON D'ÊTRE

Le *Guide pédagogique de Tourisme I et II* élaboré en 1991 (réédité en 1995 sous le titre *Tourisme II et I2*) regroupe un ensemble de résultats d'apprentissage d'utilisation courante qui sont appuyés par l'industrie du tourisme et s'intègrent au nombre croissant de cours du programme *Career Preparation Hospitality and Tourism (CPHT)* offerts dans les écoles de la Colombie-Britannique. Les résultats d'apprentissage reflètent les attentes des employeurs en matière de compétences, de connaissances et d'attitudes fondamentales que doit posséder tout candidat postulant un premier emploi dans le secteur du tourisme. Bien que le Guide constitue un progrès remarquable et qu'il demeure encore un outil valable et nécessaire, un bon nombre d'enseignants de la province se plaignaient du manque de ressources complémentaires pour enseigner le programme.

Jusqu'à tout récemment, on accordait peu d'importance à l'effet d'un programme du deuxième cycle du secondaire, bien élaboré et enseigné efficacement, sur l'augmentation du professionnalisme de la main d'oeuvre touristique en Colombie-Britannique. Mais la situation a changé grâce aux efforts conjugués du *Secondary Tourism Educators' Group (STEG)*, du *Tourism Educators' Consortium*, du *Pacific Rim Institute of Tourism (PRIT)* et d'autres intervenants. *Career Preparation Hospitality and Tourism* fait dorénavant partie intégrante du programme de formation en tourisme de la Colombie-Britannique.

En novembre 1994, le Pacific Rim Institute of Tourism a été choisi pour diriger la conception du matériel de référence destiné aux enseignants de *Tourisme II et I2*. La décision faisait suite au besoin signalé par le STEG.

De nombreuses options s'offrent aux diplômés de *Tourisme II et I2*. Bien des élèves mettent à profit leurs compétences, leur expérience de travail et leur enthousiasme à l'égard du tourisme pour décrocher un emploi intéressant au sein même de l'industrie touristique. Le fait qu'ils aient suivi le cours *Tourisme II et I2* augmente considérablement leurs perspectives de promotion. Un nombre croissant d'élèves choisissent désormais de poursuivre des études postsecondaires ou supérieures. Le *Provincial Secondary/Post-Secondary Tourism Programs Articulation Agreement* est la preuve de l'évolution des rapports qu'entretiennent ces deux niveaux d'études. Les spécialistes du secondaire et les professeurs de collèges et d'universités se rencontrent régulièrement dans le cadre d'ateliers de perfectionnement professionnel en tourisme. On voit constamment surgir de nouveaux liens pratiques et innovateurs entre les établissements d'enseignement secondaires et postsecondaires.

Le programme d'enseignement de *Tourisme II et I2* porte dorénavant la mention *Programs for the Tourism Professional*. Cela signifie que des intervenants de l'industrie du tourisme ont joué un rôle important au niveau de l'élaboration du matériel de formation et que ce dernier a reçu l'aval d'associations clés de l'industrie touristique. Recherchez le sigle PTP apposé à d'autres programmes et ressources de formation touristique.

REMERCIEMENTS

Le ministère de l'Éducation tient à souligner la participation des personnes suivantes à l'élaboration du *Document de ressources* :

Directeur de projet	Terry Hood, Pacific Rim Institute of Tourism
Équipe de conception	
Marian Dodds	Université de la Colombie-Britannique
Jan McDonnell	École secondaire J.L. Jackson, district scolaire n° 89 (Shuswap)
Kathleen Ponsart	École secondaire Terry Fox, Teachers Resource Centre, district scolaire n° 43 (Coquitlam)
Sharon Stephenson	École secondaire John Oliver, district scolaire n° 39 (Vancouver)
Bob Thompson	École secondaire Highland, district scolaire n° 71 (Courtenay)
Irene Wright	Ministère de l'Éducation, Bureau des programmes de langue française
Évaluation des ressources	
Mark Hawkes	Ministère de l'Éducation, Bureau des ressources d'apprentissage
Elaine McNeary	Ministère de l'Éducation, Bureau des programmes d'études
Judith Reid	Ministère de l'Éducation, Bureau des ressources d'apprentissage
John Healy	<i>Secondary Tourism Educators Group (STEG)</i>
Traduction	Danielle Delisle Hubert Migeon
Adaptation (version française)	Irene Wright, ministère de l'Éducation

Le ministère de l'Éducation tient également à remercier GT Publishing Services Ltd. de Vancouver pour son apport à la rédaction, à la révision et à la conception du document.

PARTIE 1 :
CONSULTATION DU DOCUMENT DE RESSOURCES

COMMENT UTILISER LES ACTIVITÉS

Le matériel du *Document de ressources* résulte de la collaboration et de l'apport d'enseignants de la Colombie-Britannique qui possèdent une solide expérience des questions et des enjeux présentés par le programme de Tourisme 11 et 12. Il reflète leur pensée et leur pratique actuelles. Il vise à aider les enseignants qui n'ont pas des connaissances spécialisées de la matière. Ceux qui connaissent bien les questions et les enjeux du tourisme y puiseront de nouvelles approches de la matière. Il est entendu que les spécialistes utiliseront le *Document de ressources* comme outil complémentaire et se sentiront libres d'en adapter le contenu à leur guise. Quant aux enseignants moins expérimentés, ils aimeront sans doute aborder les activités dans leur format original.

Les activités reliées au programme d'enseignement sont autonomes; les enseignants et les élèves peuvent les effectuer en utilisant le matériel présenté dans le *Document de ressources* ou la documentation disponible à travers la province (bibliothèques, documentation des chambres de commerce locales, journaux et revues). Les activités sont présentées dans un format uniforme, ce qui en facilite la consultation. Chaque plan d'activité est suivi de feuilles de renseignements généraux ou de matériel approprié à distribuer aux élèves, le cas échéant. Vous trouverez dans les pages qui suivent le diagramme explicatif de chacun des éléments d'une activité, ce qui vous permettra de vous familiariser avec le schéma.

En plus des leçons autonomes, le *Document de ressources* présente un certain nombre de suggestions d'activités visant développées pour les programmes de langue française dont les ressources disponibles sont peu nombreuses. Heureusement, on attend la parution de plusieurs nouvelles ressources en 1997.

Pour obtenir davantage de renseignements sur les ressources recommandées, veuillez consulter la partie 3 du présent document intitulée *Comment se procurer la documentation*. La dernière section de la partie I, *Aperçu du programme — Tableau des résultats d'apprentissage et des ressources*, illustre le lien existant entre les résultats d'apprentissage du programme, les ressources recommandées et complémentaires et les activités du présent *Document de ressources*.

Préparation

La liste de contrôle ci-dessous aidera les enseignants pour qui la matière est nouvelle à se familiariser avec le programme d'études et à préparer leurs leçons :

- ✓ Passer en revue tout le matériel d'enseignement (*Guide pédagogique*, activités du *Document de ressources* et ressources connexes).
- ✓ Se procurer le matériel de référence traditionnel voulu.
- ✓ Faire les recherches nécessaires pour se familiariser avec les questions, enjeux et ressources de l'industrie touristique locale.
- ✓ Commencer à établir des contacts avec des intervenants du secteur touristique.
- ✓ Déterminer le niveau de compétences des élèves à l'aide d'un test préliminaire ou de toute autre méthode reconnue.
- ✓ Consulter le bibliothécaire enseignant de l'école et vérifier qu'il est au courant des exigences du programme en matière de documentation pour l'enseignant et les élèves.
- ✓ Parler du contenu du cours avec les élèves et s'assurer qu'ils en connaissent les grandes lignes (consulter à ce sujet le diagramme dacum du *Guide pédagogique* et la section *Aperçu du programme* à la fin de la partie I du présent document).
- ✓ Décrire aux élèves les compétences qu'ils seront appelés à développer durant le cours.
- ✓ Expliquer aux élèves les stratégies d'enseignement qui seront utilisées durant le cours. Plus les élèves seront familiers avec les stratégies de remue-méninges, de recherches sur un problème particulier et d'études sur le terrain et plus celles-ci risquent de porter fruit.
- ✓ Discuter avec les élèves des méthodes d'évaluation qui serviront à mesurer leur progrès.

COMMENT UTILISER LE PROGRAMME

Les activités du *Document de ressources* sont fondées sur les résultats d'apprentissage du *Guide pédagogique* de 1991. Elles constituent des suggestions d'enseignement du programme prescrit surtout à l'égard des éléments qui ne sont pas étayés par les ressources provinciales recommandées. Les enseignants d'expérience en Tourisme 11 et 12 voudront peut-être étoffer ces activités pour tenir compte de la réalité locale ou des nouvelles priorités en créant ou en utilisant des ressources additionnelles ou en établissant des liens avec d'autres disciplines ou d'autres cours.

Les enseignants désirant élaborer leurs propres activités devraient consulter le schéma d'activité présenté aux pages suivantes et s'inspirer de son contenu et de son format. Ils trouveront également à la fin de la présente section un schéma vierge pouvant servir à l'élaboration d'une activité.

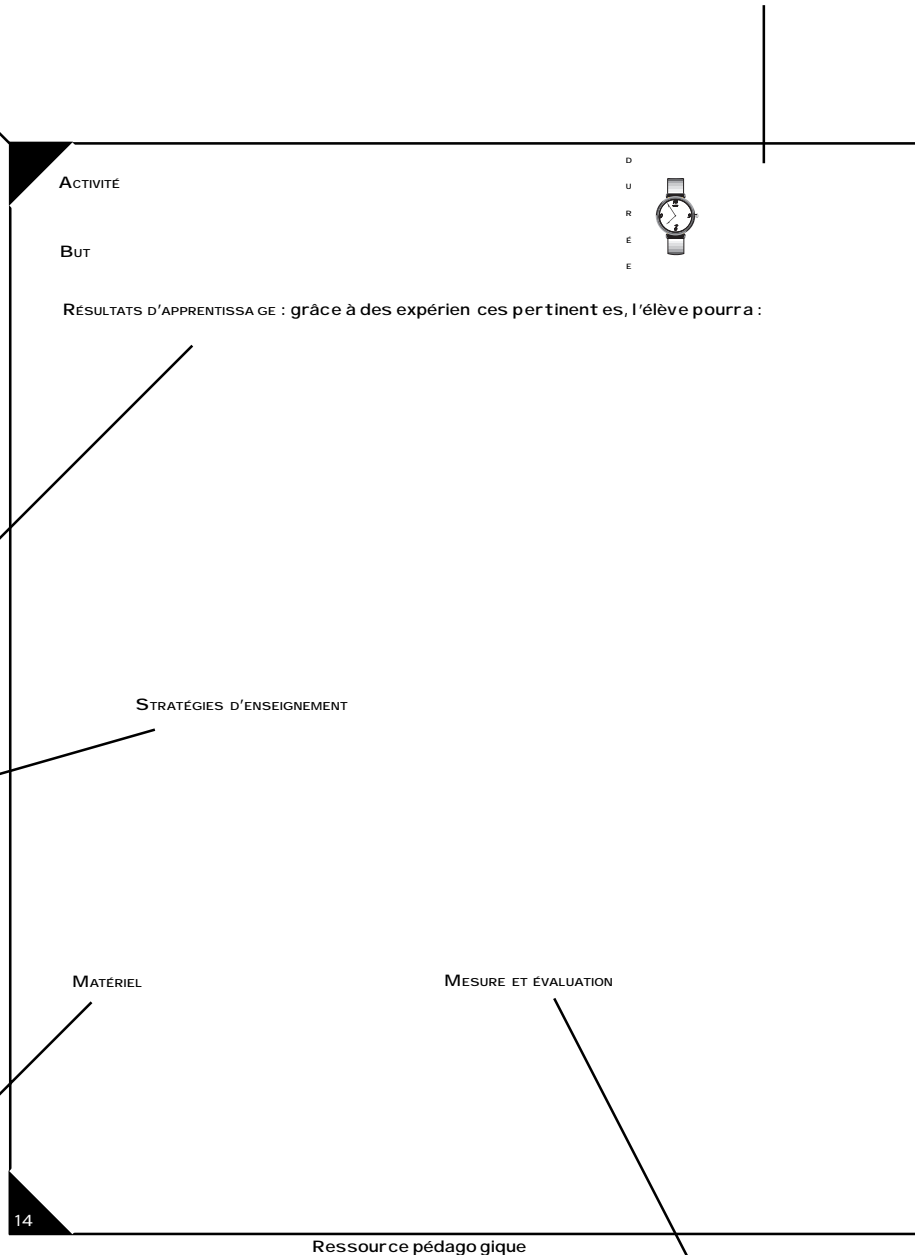
Relation avec les autres matières

Les enseignants qui souhaitent rehausser la pertinence du programme de tourisme pour les élèves et éviter la sursaturation pourront en relier les éléments aux autres matières enseignées. Voici plusieurs suggestions à cet égard :

- ▶ Éducation aux affaires : plans d'entreprise, ventes et commercialisation, aptitudes en communication, esprit d'entreprise
- ▶ Planification professionnelle et personnelle : expérience de travail, choix de carrière en tourisme, compétences de travail
- ▶ Beaux-arts : rôle de l'art et de la culture dans l'industrie touristique
- ▶ Sciences familiales : besoins et désirs, effets des habitudes de consommation, manipulation sécuritaire des aliments
- ▶ Français et anglais : aptitudes en recherches et en rédaction, analyse des médias
- ▶ Langues additionnelles : avantages d'une langue seconde ou plus en tourisme
- ▶ Éducation physique : tourisme récréatif
- ▶ Sciences : attractions touristiques de caractère «scientifique» (Science World, expositions de dinosaures), effets du tourisme sur la biosphère
- ▶ Sciences humaines : attractions naturelles (glaciers, volcans, fossiles), sensibilisation aux destinations, aspect social du tourisme
- ▶ Formation technologique : utilisation de la technologie comme moyen d'étude du tourisme, effet de la technologie sur le tourisme

Cette section du schéma indique la durée approximative de l'activité (à l'intérieur et à l'extérieur de la classe). Cette durée peut varier considérablement en fonction de l'expérience de l'enseignant, de la situation d'apprentissage servant de contexte à l'activité, des types prévus d'activités connexes ou d'adaptations; c'est pourquoi, le temps indiqué ici doit seulement être considéré comme un point de départ pour la planification.

L'énoncé du but définit le contexte de l'activité



Les résultats d'apprentissage déterminent les aspects du programme d'études qui seront couverts par l'activité. L'activité peut servir à réaliser un seul ou plusieurs résultat(s) d'apprentissage tiré(s) d'une seule ou de plusieurs partie(s) du programme.

L'examen des stratégies proposées permet à l'enseignant de choisir un point de départ à partir duquel il fera les adaptations nécessaires pour répondre aux besoins de ses élèves.

Cette section signale le matériel nécessaire, inclus ou non, dans cette trousse ainsi que toute autre ressource recommandée ou suggérée.

Les suggestions de mesure et d'évaluation dégagent habituellement le type de réalisation de l'élève qui fera l'objet de l'évaluation.

SCHÉMA D'ACTIVITÉ

Cette section du schéma indique le déroulement détaillé de l'activité (enseignement, distribution de la documentation, etc.). Les étapes peuvent être courtes et autonomes (p. ex. remue-méninges de 5 minutes) ou encore faire partie intégrante d'un long déroulement échelonné sur une ou plusieurs leçons.

ETAPES

ACTIVITÉS CONNEXES

Cette section du schéma propose à l'enseignant des suggestions d'activités directement reliées à des ressources déterminées mais non incluses dans la trousse. Elle présente également des suggestions d'élargissement de l'activité principale qui pourront être utilisées si le temps et les circonstances le permettent.

15

Tourisme 11 et 12

Considérations communes à tous les programmes

Les écoles de la Colombie-Britannique accueillent des jeunes gens dont les origines, les milieux, les intérêts, les habiletés et les besoins sont différents. Pour satisfaire ces besoins et assurer à tous les apprenants un traitement équitable et l'égalité d'accès aux services, l'élaboration des programmes et des ressources doit être guidée par un ensemble de considérations communes.

- ▷ **Orientation pratique du programme** : cet aspect du programme favorise le recours à des applications pratiques pour faire la démonstration du savoir théorique. L'application de la théorie dans le contexte des problèmes et situations de la vie courante et du lieu de travail augmente la pertinence de l'école pour ce qui est des besoins et des objectifs des élèves. Cette orientation pratique renforce le lien qui existe entre ce que les élèves doivent savoir pour fonctionner efficacement au travail ou dans les établissements postsecondaires et ce qu'ils apprennent de la maternelle à la 12^e année. La mise en oeuvre d'une approche pratique exige la collaboration de tout un éventail de partenaires comprenant les universités, collèges, instituts, employeurs, groupes communautaires, parents et organismes gouvernementaux.
- ▷ **Introduction au choix de carrière** : il s'agit d'un processus continu qui permet aux apprenants d'intégrer leurs expériences personnelles, familiales, scolaires, professionnelles et communautaires en vue de faciliter leurs choix de vie personnelle et professionnelle. Tout au long de leurs études dans ce domaine, les élèves développent :
 - ▶ leur ouverture à des professions et types d'emplois divers
 - ▶ leur compréhension des rapports qui existent entre le travail et les loisirs, le travail et la famille et enfin, le travail et les aptitudes et intérêts individuels
 - ▶ leur compréhension du rôle que joue la technologie dans le monde du travail et dans la vie quotidienne
 - ▶ leur compréhension des rapports qui existent entre le travail et l'apprentissage
 - ▶ leur compréhension des changements qui se produisent au niveau de l'économie, de la société et du marché du travail
 - ▶ leur capacité d'élaborer des plans d'apprentissage et de réfléchir sur l'importance de l'éducation permanente
 - ▶ leur capacité de se préparer à jouer des rôles multiples au cours de leur vie.
- ▷ **English As a Second Language (ESL) / Mesures d'accueil** : près de 10 pour cent de la population scolaire de la Colombie-Britannique bénéficie des services d'ESL. Ces élèves ont des antécédents très divers. Un grand nombre d'entre eux suivent des cours dans certaines disciplines scolaires surtout pour avoir des contacts avec leurs pairs anglophones et pour être exposés à la langue et aux disciplines. Il convient de voir en eux autant de ressources potentielles en termes d'expérience et de points de vue; ils peuvent aussi aborder les problèmes et questions touristiques sous un angle différent.

- ▷ **Environnement et durabilité** : l'éducation à l'environnement est définie comme une façon de comprendre les relations que les hommes entretiennent avec l'environnement. Elle fournit à l'élève l'occasion d'étudier les rapports qu'il entretient avec l'environnement naturel, de faire l'expérience directe de l'environnement qu'il soit naturel ou aménagé) et de prendre des décisions ou d'agir pour le bien de l'environnement. L'intégration des deux thèmes au programme d'études aide l'élève à acquérir une attitude responsable vis-à-vis de la Terre.
- ▷ **Études autochtones** : Les Études autochtones explorent la richesse et la diversité des cultures et des langues des Premières Nations. Ces dernières sont examinées dans leurs contextes spécifiques et dans celui des réalités historiques, contemporaines et futures. Les Études autochtones sont basées sur une perspective holistique intégrant le passé, le présent et l'avenir. Dans le cadre de ses études autochtones, l'élève pourra :
 - ▶ manifester sa compréhension et son appréciation des valeurs, coutumes et traditions des Premières Nations
 - ▶ manifester sa compréhension et son appréciation des systèmes de communication autochtones
 - ▶ reconnaître l'importance des rapports que les Premières Nations entretiennent avec le monde naturel
 - ▶ reconnaître les dimensions de l'art autochtone qui font partie d'une expression culturelle totale
 - ▶ donner des exemples de la diversité et du fonctionnement des systèmes sociaux, économiques et politiques des Premières Nations dans des contextes traditionnels et contemporains
 - ▶ décrire l'évolution des droits et libertés de la personne relativement aux peuples des Premières Nations.
- ▷ **Égalité des sexes** : une éducation fondée sur l'égalité des sexes exige l'intégration, à toutes les facettes de l'éducation, des expériences, perceptions et points de vue des filles et des femmes aussi bien que ceux des garçons et des hommes. Elle est guidée par le principe que tous les élèves ont droit à un environnement d'apprentissage qui accorde l'égalité aux deux sexes et que tous les programmes scolaires et décisions ayant trait à la carrière doivent être retenus en vertu de l'intérêt et de l'aptitude de l'élève sans distinction de sexe. L'égalité des sexes touche également la classe sociale, la culture, l'origine ethnique, la religion, l'orientation sexuelle et l'âge. Pour dispenser un enseignement égalitaire, l'enseignant doit créer un environnement qui favorise tous les élèves sans distinction de sexe, d'orientation sexuelle, d'antécédents culturels, d'aptitude ou de handicap.

- ▷ **Technologie de l'information** : elle décrit l'emploi des outils et des dispositifs électroniques qui nous permettent de créer, d'explorer, de transformer et d'exprimer l'information. Ce programme permet à l'élève d'acquérir des compétences dans les domaines suivants : analyse et évaluation de l'information, traitement de texte, analyse de banques de données, gestion de l'information, applications graphiques et multimédias. L'élève identifie aussi les questions éthiques et sociales associées à l'utilisation de la technologie de l'information.
- ▷ **Éducation aux médias** : approche multidisciplinaire et interdisciplinaire de l'étude des médias. La vie des élèves d'aujourd'hui est envahie par la musique populaire, la télévision, le cinéma, la radio, les revues, les jeux informatiques, les services d'information, les médias et les messages médiatisés. L'éducation aux médias développe l'aptitude des élèves à réfléchir de manière critique et autonome sur les sujets qui les touchent. L'éducation aux médias traite de concepts clés en matière de médias et s'intéresse à des questions d'ordre général, notamment l'historique et le rôle des médias dans les diverses sociétés ainsi qu'aux enjeux sociaux, politiques, économiques et culturels associés aux médias. L'éducation aux médias traite de la plupart des concepts fondamentaux des médias dans le contexte des diverses matières.
- ▷ **Éducation au multiculturalisme et à l'antiracisme** : L'éducation au multiculturalisme met l'accent sur la promotion de la compréhension, du respect et de l'acceptation de la diversité culturelle dans notre société. Elle insiste sur l'acceptation et l'appréciation du pluralisme culturel à titre de facette positive de la société; elle prône l'égalité des groupes ethnoculturels, reconnaît l'ampleur des similitudes entre les cultures, affirme et développe l'estime de soi fondée sur la fierté du patrimoine et donne aux élèves l'occasion d'apprécier le patrimoine culturel d'autrui. L'éducation à l'antiracisme, elle, favorise l'élimination du racisme en identifiant et en faisant changer les politiques et pratiques sociales, et en reconnaissant les attitudes et comportements qui contribuent au racisme. Elle présente la nécessité de réfléchir sur ses propres attitudes vis-à-vis des races et du racisme, de comprendre les causes du racisme afin de parvenir à l'égalité, de reconnaître le fait que l'élimination du racisme est une responsabilité personnelle et de donner aux individus l'occasion d'agir pour éliminer toute forme de racisme y compris les stéréotypes, les préjugés et la discrimination.
- ▷ **Société, science et technologie** : aborde notre compréhension des inventions et des découvertes et l'effet qu'ont la science et la technologie sur le bien-être des individus et de la société dans son ensemble. Ce domaine couvre :
 - ▶ les contributions de la technologie aux connaissances scientifiques et vice versa
 - ▶ la notion que les sciences et la technologie sont des expressions de l'histoire, de la culture et d'un éventail de facteurs personnels
 - ▶ les processus scientifiques et technologiques tels que l'expérimentation, l'innovation et l'invention
 - ▶ le développement d'une conscience éveillée à l'éthique, aux choix et à la participation aux sciences et à la technologie.

- ▷ **Besoins particuliers** : les élèves présentant des besoins particuliers sont les élèves qui ont des handicaps d'ordre intellectuel, physique ou émotif; ceux qui ont des difficultés sur le plan de l'apprentissage, de la perception ou du comportement; ceux qui sont exceptionnellement doués ou talentueux. Ils ont tous besoin de services et de moyens d'adaptation appropriés au développement de leur potentiel. Tous les élèves bénéficient d'un milieu d'apprentissage inclusif qui se trouve enrichi par la diversité des personnes qui le composent. Ils ont de meilleures perspectives de réussite lorsque les résultats d'apprentissage et les ressources recommandées tiennent compte d'un large éventail de besoins, de styles d'apprentissage et de modes d'expression chez les élèves.

Les considérations communes à tous les programmes ont été élaborées pour guider les utilisateurs du présent document au niveau de l'organisation de leurs cours et de la préparation et de la dispensation de leur enseignement.

Plans de cours types

Les plans de cours qui suivent illustrent comment des enseignants ont structuré Tourisme 11 et 12 dans leur classe en tenant compte des besoins de leurs élèves.

TOURISME 11 (CPHT 11)

Ce cours s'adresse aux élèves intéressés par une carrière dans le domaine du tourisme et de l'accueil. Il constitue la première année d'un programme de deux ans. Les unités se présentent comme suit :

Unité 1: Introduction au tourisme

- ▶ Survol de l'industrie
- ▶ Définition, histoire et origine de l'industrie
- ▶ Organisation touristique en C.-B. et au Canada
- ▶ Faits touristiques de la C.-B.
- ▶ Secteurs touristiques
- ▶ Tourisme local, provincial et national
- ▶ Actualités

Unité 2: Communication efficace

- ▶ Importance de l'industrie touristique
- ▶ Conséquences sociales et économiques du tourisme
- ▶ Premières impressions
- ▶ Processus de communication
- ▶ Capacité d'écoute
- ▶ Traitement des plaintes
- ▶ *You Be The Guide*

Unité 3: Exploration de carrières

- ▶ Aptitude au tourisme
- ▶ Débouchés en tourisme
- ▶ Préparation à l'emploi / Expérience de travail
- ▶ Avancement professionnel

Unité 4: Planification de voyages

- ▶ Consultation touristique dans les centres d'information
- ▶ Interprétation des répertoires
- ▶ Recherche de l'information
- ▶ Transmission de renseignements clairs
- ▶ Régions, attractions et installations touristiques

Unité 5: Tourisme en bordure du Pacifique

- ▶ Commerce et tourisme
- ▶ Culture et coutumes des pays en bordure du Pacifique
- ▶ Région Pacifique de l'Asie
- ▶ Routes aériennes des pays en bordure du Pacifique

Processus d'évaluation:

20 % Participation, présence, ponctualité, rendement en classe et carnet d'activités périscolaires	40 % Essais et travaux
	30 % Tests
	10 % Examen final

TOURISME 12 (CPHT 12)

Il s'agit de la deuxième année d'un programme de deux ans destiné aux élèves intéressés par une carrière dans le secteur du tourisme et de l'accueil. *CPHT 11* est un préalable. Tourisme 12 comprend les unités suivantes :

Unité 1: Le professionnel du tourisme

- ▶ Examen de l'histoire, des composantes et des effets du tourisme
- ▶ Relations de travail
- ▶ Perfectionnement personnel et professionnel
- ▶ Enjeux actuels du tourisme

Unité 2: Communication efficace

- ▶ Formation SuperHost
- ▶ Techniques téléphoniques
- ▶ Sécurité au travail
- ▶ Techniques de résolution de conflits
- ▶ Affirmation de soi
- ▶ Communication interculturelle (notamment SuperHost Japan)

Unité 3: Exploration de carrières

- ▶ Débouchés
- ▶ Options postsecondaires
- ▶ Aptitudes à l'emploi
- ▶ Préparation au travail

Unité 4: Planification de voyages

- ▶ Destinations touristiques
- ▶ Le Canada, destination touristique
- ▶ Conséquences mondiales du tourisme
- ▶ Visites guidées : locales et à distance

Unité 5: Ventures et services en tourisme

- ▶ Types d'entreprises du secteur de l'hébergement
- ▶ Service et satisfaction de la clientèle

Unité 6: L'avenir du tourisme

- ▶ Enjeux et tendances de l'industrie touristique
- ▶ Où vous situez-vous?
- ▶ Aptitudes et forces
- ▶ Établissement d'objectifs personnels

À la fin du cours, l'élève aura enrichi ses connaissances en tourisme, lequel devrait devenir la principale source d'emplois dans un avenir très rapproché. De plus, il aura acquis plusieurs aptitudes utiles; il saura notamment :

- ▶ guider des visites de lieux ou de points d'intérêt déterminés
- ▶ aider les touristes à planifier un voyage à travers le Canada
- ▶ fournir des services de qualité à la clientèle
- ▶ utiliser le langage d'affaires dans ses conversations téléphoniques
- ▶ traiter efficacement les plaintes de la clientèle
- ▶ communiquer avec des gens de diverses ethnies et des gens présentant des besoins spéciaux.

Processus d'évaluation

Dans le secteur du tourisme, la clé du succès est une attitude positive. Il faut aimer travailler avec le public, rendre service, connaître son domaine et être enthousiaste. C'est pourquoi, l'élève devra évaluer, à intervalles réguliers, son attitude et la noter en consultation avec l'enseignant.

Présence : 20 % Travaux : 30 %

Tests : 30 % Habitudes de travail : 10 % Attitude : 10 %

Remarque : L'expérience de travail fait partie de ce cours. À la discrétion de l'enseignant, les élèves effectuent jusqu'à 120 heures de travail.

ACTIVITÉ



BUT

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

MATÉRIEL

MESURE ET ÉVALUATION

ÉTAPES

ACTIVITÉS CONNEXES

APERÇU DU PROGRAMME — TABLEAU DES RÉSULTATS ET DES RESSOURCES D'APPRENTISSAGE

Les pages suivantes présentent les grandes lignes du programme de Tourisme II et I2 et les rapports existant entre les résultats d'apprentissage et les ressources. Le tableau comprend les éléments suivants :

- ▶ la première colonne présente les résultats d'apprentissage prescrits;
- ▶ la deuxième colonne indique le niveau auquel l'apprentissage se rapporte (I1^e, I2^e année ou les deux);
- ▶ la troisième colonne signale la ou les ressource(s) recommandée(s) pour chacun des résultats d'apprentissage;
- ▶ la quatrième colonne mentionne toute ressource complémentaire pertinente;
- ▶ la cinquième colonne souligne les activités du présent document qui viennent appuyer les résultats d'apprentissage. Le numéro qu'elles portent indique s'il s'agit d'activités reliées au programme d'études (p. ex. C-1) ou d'activités créées pour les programmes de langue française (p. ex. F-1).

Les abréviations utilisées pour les ressources recommandées ou complémentaires figurent également dans le tableau. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les ressources, veuillez consulter *Comment se procurer la documentation* à la partie 3 du présent document. **Soulignons également que les volumes 1 et 2 *Tourism Lesson Aids* du *Secondary Tourism Educators Group* couvrent l'ensemble des composantes de Tourisme II et I2.**

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
INTRODUCTION AU TOURISME				
LE TOURISTE <i>L'élève devrait avoir des occasions de savoir et de comprendre pourquoi, comment, où et quand les gens voyagent.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ explorer des images et des opinions personnelles sur les touristes 	11			F-1
<ul style="list-style-type: none"> ▶ définir le terme «touriste» <ul style="list-style-type: none"> - local, provincial et international - voyageur d'agrément ou d'affaires 	11	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ distinguer entre le tourisme à l'intérieur du pays, le tourisme récepteur et le tourisme émetteur 	11	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ déterminer les récents courants dans le travail et les loisirs qui influencent les voyages <ul style="list-style-type: none"> - journée de travail prolongée, horaire flexible, emploi à temps partagé et travail à temps partiel, - moins de vacances longues (2-3 semaines), plus de petits congés - la perception que les voyages font partie de la vie - profils des voyageurs : <ul style="list-style-type: none"> aînés retraités avant l'heure voyageurs partant sur un coup de tête femmes d'affaires célibataires - l'idée que les voyages font partie d'un apprentissage qui se poursuit toute la vie 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discuter les principaux facteurs non économiques ayant un effet sur le tourisme et qui comprennent : <ul style="list-style-type: none"> - la culture - le standing - le prestige - la religion - l'éducation - le climat - la géographie - la détente et l'agrément - le temps disponible - l'accessibilité - la géographie - la détente et le plaisir - le temps disponible 	11	TV		

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (VP)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> - l'accessibilité - la santé - la situation de famille - des expériences précédentes négatives ou positives 				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discuter des facteurs économiques majeurs qui influencent le voyage d'agrément, y compris : <ul style="list-style-type: none"> - le revenu disponible - le coût des services - le taux de change 	11	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître l'effet du voyage d'affaires sur la sélection des produits et services <ul style="list-style-type: none"> - motifs du voyage d'affaires - voyageur fréquent d'affaires - horaires sans souplesse 	11	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ examiner les facteurs qui ont motivé le choix de la destination touristique 	11	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer comment et pourquoi l'industrie du tourisme classe les touristes en groupes, ou secteurs, et comment l'information est obtenue sur chaque secteur <ul style="list-style-type: none"> - étude de marché - démographie — information statistique - psychographie — information sur les intérêts et les attitudes 	11	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier les marchés intérieurs et extérieurs d'où viennent les touristes en Colombie-Britannique 	11		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ déterminer le pourcentage de touristes provenant d'importants marchés et qui visitent une région ou communauté données en Colombie-Britannique 	11			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ donner des raisons pour lesquelles les gens choisissent des destinations et des produits touristiques en Colombie-Britannique pour un voyage d'affaires et d'agrément <ul style="list-style-type: none"> - marketing général et publicité ciblée par les gouvernements et les agences régionales - diversité du relief, des paysages, des attractions et des manifestations touristiques en C.-B. - commerce, transport, exportation des ressources, ventes de produits, congrès des pays du littoral Pacifique - industrie cinématographique - population accueillante - sécurité et propreté - climat tempéré - accessibilité du transport 	11		SH	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
UNITÉ : HISTOIRE DU TOURISME <i>L'élève devrait avoir des occasions d'étudier et d'analyser les forces qui ont influencé le tourisme depuis l'antiquité jusqu'à notre époque.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier les raisons de voyager (comme la santé, la religion et le commerce) dans l'antiquité 	11			F-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer les raisons de la grande augmentation des voyages et du tourisme sous les empires grec et romain 	11			F-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire l'effet des « grands circuits » des 17^e et 18^e siècles sur le tourisme en Europe 	11			F-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ examiner l'effet de la révolution industrielle sur le voyage et le tourisme par suite de l'amélioration des transports et de la croissance de la « classe moyenne » 	11			F-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ examiner l'effet des modes de transport sur le développement du tourisme <ul style="list-style-type: none"> - navires - trains - automobiles - avions 	11	TV		F-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire l'effet des deux Guerres mondiales sur la croissance du tourisme à travers le monde et au Canada. 	11			F-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser les courants actuels qui influencent la croissance du tourisme <ul style="list-style-type: none"> - stabilité politique - prospérité économique - améliorations technologiques - augmentation des loisirs - changement démographique - changement dans le mode de vie 	11	TV		F-2

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
TOURISME - UN SURVOL <i>L'élève devrait avoir des occasions d'examiner et d'expliquer l'interaction entre les divers éléments du secteur touristique.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ tracer la structure et les interactions des divers éléments du secteur du tourisme <ul style="list-style-type: none"> - Organisation mondiale du tourisme (O.M.T) - <i>National Tourism Organization</i> (N.T.O.) - gouvernement — fédéral, municipal, provincial <i>Pacific Rim Institute of Tourism</i> organismes et associations de l'industrie établissements d'enseignement 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ définir les huit secteurs de l'industrie du tourisme en donnant des exemples des industries au sein de chacun <ul style="list-style-type: none"> - hébergement - alimentation - transports - tourisme d'aventure et de loisir - manifestations et congrès - commerce des voyages - attractions - services de tourisme 	11&12	TV	SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire l'interaction des secteurs (p. ex. voyage à forfait) 	11	TV	SH	
TOURISME - UN SURVOL <i>L'élève devrait avoir des occasions d'apprécier les effets du tourisme sur les plans économique, social, culturel et écologique au niveau mondial et local et d'exprimer son opinion à ce sujet.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître en quoi le tourisme devient un facteur de paix 	12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discuter de l'importance du tourisme sur l'économie mondiale, nationale et locale <ul style="list-style-type: none"> - revenu national et provincial et prévisions - revenu du tourisme dans une région 	11&12	TV		F-4
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ déterminer comment les facteurs suivants pourraient influencer sur le tourisme : <ul style="list-style-type: none"> - croissance de la population - croissance de l'emploi - augmentation du revenu - augmentation de la valeur foncière - commercialisation des arts et de l'artisanat traditionnels et des religions et coutumes sociales - renaissance des arts et de l'artisanat traditionnels - préservation ethnique - bouleversement des cultures et modes de vie locaux - intérêt culturel pour résidents et visiteurs 	11&12			F-3
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discuter des effets possibles des voyages et du développement du tourisme sur l'environnement 	11&12			C-1
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire comment pourraient naître des conflits entre la gestion des ressources et le tourisme 	12		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer l'importance du passage de la C.-B. d'une économie de ressources à une économie de services 	11&12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer comment le tourisme génère un revenu indirect et des emplois par le biais de l'effet multiplicateur 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer la notion de fuite <ul style="list-style-type: none"> - l'argent qui fuit l'économie locale - la relation entre la fuite et l'effet multiplicateur - estimer le revenu du tourisme dans sa région 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire l'importance du rapport qui existe entre la C.-B. et les pays du littoral Pacifique, p. ex. <ul style="list-style-type: none"> États-Unis Mexique Hong Kong Japon Taïwan Chine Corée 	11&12			F-4

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
L'EXPLORATION DE CARRIÈRE				
APTITUDE POUR LE TOURISME				
<i>L'élève devrait avoir des occasions de former un jugement averti sur son aptitude pour l'industrie du tourisme</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire les divers modes de vie des employés et employeurs dans l'industrie du tourisme et les comparer ou les opposer au mode de vie qu'il souhaite 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser les intérêts et capacités personnels pour déterminer s'il s'insérerait bien dans l'industrie du tourisme; 	11 & 12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ examiner l'effet que des attentes réalistes et peu réalistes auront sur sa réussite dans cette industrie 	11 & 12		FPP	
DÉBOUCHÉS EN TOURISME				
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'explorer les carrières et considérer les débouchés en tourisme.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ connaître les carrières et les débouchés qui s'offrent dans divers secteurs de l'industrie (C.-B., Canada, le monde) en examinant : <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs du Pacific Rim Institute of Tourism - les revues professionnelles - les organigrammes du secteur 	11		FPP	C-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ tracer la progression d'une carrière dans un secteur choisi depuis le premier échelon jusqu'à l'objectif de carrière <ul style="list-style-type: none"> - déterminer les possibilités de mobilité tant sur le plan vertical qu'horizontal dans ce secteur choisi (C.-B., le Canada, le monde) - discuter de l'importance du bénévolat pour le perfectionnement personnel, l'employabilité et l'avancement 	11		FPP	C-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prévoir le potentiel de croissance de l'industrie touristique et les possibilités d'avancement qui en résulteront 	11 & 12		FPP	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ appliquer le processus de «détermination d'objectifs» et se fixer des objectifs de carrière provisoires <ul style="list-style-type: none"> - objectifs à long terme - objectifs à court terme - plans d'action et objectifs - échéances de plans d'action - processus de révision des objectifs 	11 & 12	TV	FPP	C-2

PRÉPARATION À L'EMPLOI ET EXPÉRIENCE EN MILIEU DE TRAVAIL

L'élève devrait avoir des occasions de se préparer pour une entrevue d'emploi et une expérience en milieu de travail réussies.

<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ rechercher les emplois qui conviennent à ses capacités, à ses connaissances et à sa philosophie en étudiant les postes offerts dans des sources telles que les journaux, les revues professionnelles et les personnes qui travaillent dans le domaine. 	12	Intro	FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ faire une évaluation de ses connaissances, compétences et expériences qui pourraient intéresser un employeur éventuel, y compris : <ul style="list-style-type: none"> - sa formation - son expérience - ses intérêts - son appartenance à des associations - ses réussites 	11			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ rédiger un curriculum vitae 	11		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ mettre à jour le curriculum vitae 	12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ rédiger une liste de références et obtenir trois lettres de recommandation 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ remplir un portefeuille de documentation d'appui (p. ex., certificats ou diplômes, numéro d'assurance sociale, évaluation des surveillants et lettres de recommandation) 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ écrire une lettre d'accompagnement à un employeur éventuel 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ faire un appel simulé à un employeur éventuel pour lui demander de fixer une entrevue tout en suivant le protocole téléphonique 	11		FPP	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ remplir un formulaire de demande d'emploi avec soin et sans erreur 	11		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discuter du rapport qui existe entre la <i>Loi sur les droits de la personne</i> et les directives à l'intention des employeurs en matière d'exigences et de la sélection 	11		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ se préparer à une entrevue d'emploi <ul style="list-style-type: none"> - faire des recherches sur l'histoire, les principes et les politiques du lieu de travail - se présenter correctement (p. ex. contact visuel, poignée de main, salutation) - prévoir les questions fréquemment posées et formuler des réponses - préparer des questions appropriées à poser à la personne qui vous interviewe - discuter d'une conclusion appropriée pour l'entrevue 	11		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ participer à une entrevue d'emploi simulée <ul style="list-style-type: none"> - objectif de carrière clair visant un poste spécifique - attitude positive - tenue appropriée - maintien confiant - réponse confiante aux questions - connaissance de la société - sincérité - honnêteté 	11		FPP	

AVANCEMENT PROFESSIONNEL

L'élève devrait avoir des occasions d'examiner l'importance, l'envergure et l'accessibilité de la formation théorique et pratique en tourisme en Colombie-Britannique et au Canada.

<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ manifester sa conviction de l'importance de la formation théorique et pratique en tant que facteur d'avancement <ul style="list-style-type: none"> - formation en milieu de travail - connaissance du secteur - études postsecondaires en C.-B. et au Canada 	11 & 12	TV	FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ compiler un dossier de programmes d'études et d'établissements postsecondaires publics et privés qui offrent une formation en tourisme en C.-B. 	11 & 12	TV	FPP	C-2
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comparer les critères d'admission et le contenu des programmes et évaluer le coût d'une formation postsecondaire en tourisme 	11 & 12	TV	FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ rechercher les sources de financement ouvertes aux étudiants en tourisme 	12	TV	FPP	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
LE PROFESSIONNEL DU TOURISME :				
RELATIONS DE TRAVAIL				
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'examiner les facteurs qui influent sur les droits en matière de relations du travail et sur les conditions de travail dans l'industrie.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer le but et la raison d'être des lois suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - Loi sur les normes d'emploi de la C.-B. - Code des droits de la personne - Industrial Relations Act of B.C. - Loi sur les accidents du travail 	12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer les effets des politiques commerciales et syndicales qui touchent le secteur du tourisme <ul style="list-style-type: none"> - politique, procédure et contrats - entreprise privée - droits égaux, sexe et race - avantages des salariés - droits et responsabilités des salariés 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comparer les différences essentielles entre les rôles des gestionnaires et du personnel en examinant les descriptions de fonctions <ul style="list-style-type: none"> - étudier des descriptions de fonctions 	12		FPP	
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'acquérir, de pratiquer et d'apprécier une éthique professionnelle appropriée à son travail.</i>				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire les caractéristiques et faire preuve d'initiative, de promptitude, de ponctualité, d'habileté à gérer son temps et de responsabilité 	11&12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prédire les conséquences du manque d'initiative, de promptitude, de ponctualité et de gestion du temps 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ distinguer entre des comportements et valeurs appropriés et inappropriés dans un milieu de travail (p. ex. habitudes de travail, relations humaines) 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prévoir les conséquences d'une éthique du travail inappropriée 	11&12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ concevoir sa propre éthique du milieu de travail 			FPP	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions de décrire, de pratiquer et d'apprécier les mesures de sécurité sur les lieux de travail et les mesures à suivre en cas d'urgence.</i>				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître l'importance de satisfaire aux conditions sanitaires quand on est en contact avec le public dans l'industrie du tourisme (p. ex. dépistage de la tuberculose, bilan médical régulier) 	11&12 12		FS	F-15
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prévenir les accidents; aménager et maintenir un lieu de travail sûr 	12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ choisir et démontrer les procédures appropriées pour déclarer un accident 	12		FR	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier les étapes à suivre quand on demande de l'aide extérieure en cas d'urgence 	12		FR	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ pratiquer les mesures d'urgence pour le traitement de : <ul style="list-style-type: none"> - brûlures - saignements - étouffement - attaque cardiaque - évanouissement 	12		FR	

PERFECTIONNEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL

L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître, de justifier et de manifester les comportements et les attributs positifs dont font preuve les professionnels du tourisme.

<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier et manifester les caractéristiques professionnelles suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - bonne tenue - ponctualité - talents d'organisation - connaissance du métier - efficacité - confiance - enthousiasme - sérieux - habiletés interpersonnelles - intégrité - esprit de décision - diplomatie - dévouement - débrouillardise - collaboration - ouverture d'esprit - souplesse 	11 & 12	TV	SH	C-3
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier et manifester les comportements professionnels suivants : <ul style="list-style-type: none"> - façon amicale, joyeuse et courtoise - attitude professionnelle - respect de soi et des autres - désir d'apprendre et de suivre des instructions 	11 & 12			C-3

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (VP)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> - tenue professionnelle - fierté de ses habiletés et de ses succès - techniques efficaces de communication - disposition à écouter - critique constructive - partage d'information avec les autres - formation complémentaire - imitation de rôles 				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser les attributs et les styles personnels caractéristiques des professionnels qui réussissent dans l'industrie du tourisme <ul style="list-style-type: none"> - positifs - aiment les gens - énergiques, amicaux, joyeux, courtois et serviables - compétents dans leurs fonctions professionnelles - gèrent bien leur stress - dévoués envers la profession - connaissent les courants de pointe en matière de tourisme - connaissent la collectivité, la région et la culture - sont au courant des attractions et des manifestations locales - capables de s'adapter à un emploi saisonnier 	11&12	TV	SH	
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'adopter une attitude positive.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ démontrer comment une attitude positive permet à une personne de : <ul style="list-style-type: none"> - bien se sentir dans sa peau et apprécier les autres - être ouvert à de nouvelles idées - être d'un abord facile - paraître sympathique - se faire des amis et les conserver - communiquer de manière plus efficace - éprouver plus de satisfaction au travail - tirer le plus grand profit des situations - gérer plus efficacement le stress et jouir d'une meilleure santé - acquérir une réputation de professionnel - accroître sa productivité - jouir de plus de responsabilités 	11 & 12			F-5
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer l'effet contagieux d'une attitude positive pour permettre aux autres de se sentir : <ul style="list-style-type: none"> - énergiques - enthousiastes - optimistes 	11 & 12			F-5

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> - positifs - utiles - serviables - importants - motivés 				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser la manière dont l'attitude positive d'un professionnel du tourisme influe sur le monde des affaires et la collectivité <ul style="list-style-type: none"> - en créant une expérience positive pour le client et le reste du personnel - en prolongeant le séjour des visiteurs - en augmentant les recettes - en encourageant le retour des clients - en encourageant de nouvelles affaires par une publicité positive de bouche à oreille - en augmentant son prestige - en acquérant une réputation désirable 	11 & 12	TV		
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'apprécier l'importance de la présentation personnelle :</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître la tenue, l'apparence et l'hygiène appropriée à des emplois choisis en tourisme et en donner l'exemple 	11 & 12	TV		F-6
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discerner un comportement approprié au travail et en donner l'exemple <ul style="list-style-type: none"> - attitude professionnelle positive - facilité de contact - emploi efficace du langage du corps (p. ex. bonne posture, sourire agréable, poignée de main ferme) - parler correctement - protocole téléphonique approprié - désir de réussir 	11 & 12	TV		C-3
<ul style="list-style-type: none"> ▶ discuter de l'importance de projeter une impression de confiance en soi 	11 & 12			F-5
<ul style="list-style-type: none"> ▶ concevoir un instrument pour évaluer confiance en soi 	12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer les aptitudes et les compétences personnelles 	12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ proposer, appliquer et évaluer un programme de perfectionnement personnel. 	12			

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître et d'assimiler les principes d'un travail en équipe efficace :</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ défendre les exigences du travail en équipe <ul style="list-style-type: none"> - en remplissant une description de fonctions - en donnant priorité aux besoins du client - en encourageant le respect pour les clients internes (le personnel) - en ignorant ses sentiments personnels - en partageant la charge de travail - en travaillant d'une manière contrôlée - en faisant preuve de compréhension - en respectant la hiérarchie - en observant la politique interne - en acceptant les critiques positives - en étant patient - en comprenant le fonctionnement d'autres domaines - en étant sensible aux pressions que subissent les employés d'autres services - en montrant de l'enthousiasme - en montrant de la souplesse 	11&12	TV		
▶ pratiquer et évaluer la participation dans une équipe				F-7
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer l'importance du travail en équipe dans l'industrie du tourisme <ul style="list-style-type: none"> - les entreprises qui ont le plus de succès ont besoin de l'effort combiné de nombreuses personnes - indépendamment de leur rôle ou titre particulier au sein d'un organisme, tous les employés contribuent à son succès 	12			C-4
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser la responsabilité du superviseur dans la création d'une atmosphère de travail d'équipe <ul style="list-style-type: none"> - fixer des objectifs d'équipe (p. ex. ventes, propreté) - demander les suggestions et la participation du personnel - suivre et reconnaître la réussite individuelle (p. ex. cérémonies, prix et primes pour reconnaître la contribution du personnel, des bénévoles) - surveiller et adapter les objectifs en fonction du progrès de l'entreprise 	12			F-7

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'appliquer des techniques de gestion du stress.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ déterminer les effets négatifs aussi bien que positifs du stress 	12		FPP	C-5
<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître les indicateurs de stress <ul style="list-style-type: none"> - rendement et productivité au travail - qualité du produit - état physique - état affectif - effet sur l'élocution - comportement 	12			C-5
<ul style="list-style-type: none"> ▶ considérer l'effet du stress sur la communication 	12		FPP	C-5
<ul style="list-style-type: none"> ▶ être sensible au stress inhérent à l'industrie du tourisme 	12		FPP	C-5
<ul style="list-style-type: none"> ▶ s'entraîner à des techniques de gestion du stress <ul style="list-style-type: none"> - planification, établissement de priorités et d'objectifs, gestion du temps - soins physiques (p. ex. repos, exercice, alimentation appropriée, techniques de relaxation) - soins d'ordre psychologique (p. ex. récréation, humour, contact social, solitude) 	12		FPP	C-5
<i>L'élève devrait avoir des occasions de pratiquer des techniques de gestion du temps.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer des techniques de gestion du temps <ul style="list-style-type: none"> - établissement d'objectifs - planification en vue des échéances - utilisation de systèmes d'organisation (p. ex. classer, établir des priorités, planifier l'horaire, noter les rendez-vous) - suivi et rectification (systèmes de repérage) 	12			F-9
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer de quelle manière les facteurs de perte de temps influencent le rendement et l'attitude 	12			F-9
<ul style="list-style-type: none"> ▶ trouver des façons de réduire les pertes de temps 	12			F-9
<ul style="list-style-type: none"> ▶ mettre au point, utiliser et évaluer un système individuel de gestion du temps 				F-9

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'appliquer et d'évaluer des techniques de prise de décision.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître l'importance d'acquérir de bonnes techniques de prise de décision 	11		FPP	C-3
<ul style="list-style-type: none"> ▶ pratiquer les étapes qui entrent dans le processus de prise de décision 	11		FPP	C-3
<ul style="list-style-type: none"> ▶ créer un modèle de prise de décision visant à identifier et à résoudre des problèmes spécifiques 	11		FPP	C-3
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer les résultats des décisions 	11		FPP	C-3
<i>L'élève devrait avoir des occasions de connaître et d'employer des stratégies de perfectionnement professionnel.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ trouver des méthodes de perfectionnement personnel et professionnel <ul style="list-style-type: none"> - évaluer ses résultats, son attitude et ses compétences - s'adapter au changement - suivre des cours - participer à des séminaires - lire (p. ex. revues professionnelles et magazines) - apprendre par l'expérience à parler en public - participer à des activités communautaires et culturelles - devenir membre d'associations et d'organismes professionnels - se tenir au courant des enjeux liés au tourisme grâce aux médias - rester en contact avec ses supérieurs et les autres employés qui demandent un retour d'information 	12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ élaborer une stratégie de perfectionnement personnel et professionnel 	12		FPP	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
COMMUNICATION EFFICACE				
MODÈLE DE COMMUNICATION <i>L'élève devrait avoir des occasions d'analyser et d'expliquer un modèle de communication.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra : <ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer comment la communication est un processus à double sens 	11 & 12		SH FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier les quatre éléments du processus de communication <ul style="list-style-type: none"> - l'émetteur - le récepteur - le message - le médium 	11		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ démontrer l'importance de la rétroaction dans le processus de communication 	11		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ mettre en scène les éléments de la communication : <ul style="list-style-type: none"> - verbale mots et vocabulaire - non verbale gestes, expression, langage du corps, espace entre l'émetteur et le récepteur aspect personnel - vocale rapidité, prononciation, énonciation, rythme, ton, volume, hauteur du son - auditive filtrage du message pour en retenir les points principaux, pour éviter les distractions, pour éviter les conclusions prématurées et les idées préconçues, pour comprendre le sentiment de l'émetteur 	11		FPP	
TECHNIQUES DE COMMUNICATION <i>L'élève devrait avoir des occasions d'expliquer et de pratiquer sur une base régulière les principes de la communication efficace.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra : <ul style="list-style-type: none"> ▶ faire preuve de sensibilité à l'égard des différences culturelles en utilisant des modes de communication acceptables 	11 & 12			F-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer le concept et l'importance de l'écoute active 	11 & 12		SH	
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ pratiquer l'écoute active <ul style="list-style-type: none"> - maintenir le contact visuel - éviter les distractions - surveiller la vitesse de réflexion - observer sans parler - éviter de sauter aux conclusions - éviter le biais négatif - réfléchir, paraphraser et résumer 	11		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ mettre en scène l'importance des messages non verbaux transmis par l'apparence personnelle, la tenue, certains maniérismes et des attitudes observables 	11		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ illustrer l'effet de la première impression sur la communication <ul style="list-style-type: none"> - apparence soignée ou non - salutation (verbale et non verbale) - mémoire des noms - courtoisie - expression faciale (sourire) 	11		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ juger l'effet des premières impressions sur le client et l'employeur 	11		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ décrire et expliquer les caractéristiques et les attributs d'un bon communicateur et donner des exemples spécifiques de comportements que l'on peut observer chez cette personne. <ul style="list-style-type: none"> - prendre le temps d'écouter - écouter activement - donner un retour d'information - donner suite avec un plan d'action 	11		SH	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ distinguer entre la communication interne et externe en affaires <ul style="list-style-type: none"> - lettres, rapports, notes de service au sein de l'entreprise - information communiquée par le personnel d'une entreprise à des personnes qui ne font pas partie de l'entreprise - ventes - appels téléphoniques - lettres - publicité 	11		CTP	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ composer des communications d'affaires efficaces et <ul style="list-style-type: none"> - concises - directes - exactes - précises - courtoises - positives 	11 & 12		CTP	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ s'exercer à la rédaction technique dans divers types de lettres d'affaires 	11			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ s'exercer à rédiger des notes de services d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> - demander des renseignements utiles - choisir des données importantes - donner une information claire et concise 	11			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser les étapes qui mènent à une présentation orale efficace <ul style="list-style-type: none"> - définir le but de la présentation - évaluer l'auditoire - rechercher le sujet - dresser la liste des points principaux - organiser - rédiger la première ébauche - réviser - réécrire - répéter - estimer la durée - exécuter - évaluer 	11 & 12			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître les caractéristiques d'un orateur efficace 	12			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser les styles de présentation 	12			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ faire preuve d'habileté à communiquer oralement 	11 & 12			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ adopter une attitude professionnelle dans les communications orales et écrites 	11 & 12			F-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ utiliser efficacement la communication symbolique (p. ex. expositions, brochures, tableaux d'affichage) <ul style="list-style-type: none"> - message clair, concis - fort effet visuel - adapté au groupe cible et au sujet 	11 & 12			F-11

AFFIRMATION DE SOI

L'élève devrait avoir des occasions de comprendre et de pratiquer l'art de s'affirmer comme technique de communication.

Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ distinguer entre un comportement assuré, passif et agressif

12

FPP
SH

- ▶ reconnaître les droits légitimes d'une personne et comprendre comment ils s'intègrent dans les rapports interpersonnels

11 & 12

FPP

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ manifester de la sensibilité à l'égard des droits et des besoins des autres 	11 & 12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comprendre l'effet du comportement de l'individu sur les rapports 	11 & 12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier les obstacles au comportement assuré <ul style="list-style-type: none"> - crainte des représailles - culture - sexe - âge - statut - antécédents familiaux 	12			C-6
<ul style="list-style-type: none"> ▶ employer des techniques d'affirmation de soi verbales et non verbales (p. ex. voiler la question, rengaine, révélation personnelle, compromis raisonnable) 	12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ souligner les stratégies à employer vis-à-vis de comportements inappropriés au travail 	12			C-6

TECHNIQUES DE RÉOLUTION DE CONFLITS

L'élève devrait avoir des occasions d'apprendre et d'employer des techniques de résolution de conflits.

Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître l'importance de traiter les plaintes rapidement et de manière efficace <ul style="list-style-type: none"> - client satisfait, clientèle acquise - valeur accrue en tant qu'employé - accroissement de la satisfaction professionnelle - accroissement de l'estime de soi - diminution du stress au travail 	11 & 12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ distinguer entre divers types de plaintes <ul style="list-style-type: none"> - constructives - agressives - passives 	12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ mettre au point et employer des techniques pour répondre aux plaintes <ul style="list-style-type: none"> - écouter de manière active - répondre aux sentiments - déterminer la nature du problème - éviter de prendre la plainte personnellement - rester calme et maître de la situation - écouter jusqu'à l'obtention de toute l'information - déterminer les désirs du clients - sympathie - compensation 	11 & 12			

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> - solution de rechange - suggérer des solutions de rechange - prendre en compte les limites - se montrer conciliant - être d'accord sur la solution - partager l'information, renvoyer à une personne disposant de plus d'autorité - remercier le client d'avoir exprimé le problème - donner suite 				
<ul style="list-style-type: none"> ▀ décrire des stratégies pour régler des problèmes de comportement inapproprié au travail 	11 & 12		SH	

TECHNIQUES TÉLÉPHONIQUES

L'élève devrait avoir des occasions de comprendre, d'apprécier et de suivre le protocole téléphonique.

<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▀ comprendre l'importance du protocole téléphonique <ul style="list-style-type: none"> - saluer et conclure sur une note agréable - donner et consigner des informations justes - modérer le ton et le niveau de la voix - paraître professionnel et positif - employer le vocabulaire téléphonique, le niveau de voix et le ton appropriés 	11 & 12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▀ s'exercer à recevoir des appels d'une manière professionnelle <ul style="list-style-type: none"> - répondre par la salutation appropriée, en donnant le nom de la société ainsi que le nom de la personne recevant l'appel - transférer les appels rapidement et sans erreur - inscrire et communiquer les messages téléphoniques entrants intégralement et sans erreur - concentrer son attention sur l'appel - se préparer (avoir du matériel pour noter sous la main) - remplir la note de service - donner suite 	12 12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▀ s'exercer à placer des appels à l'extérieur <ul style="list-style-type: none"> - se préparer à l'appel - donner des renseignements clairs et concis - présenter des demandes - laisser des messages 	12		FPP	
<ul style="list-style-type: none"> ▀ mettre en scène le traitement des plaintes téléphoniques <ul style="list-style-type: none"> - écouter activement - noter toute l'information - désamorcer la colère - réagir positivement 	12		FPP SH	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
COMMUNICATION INTERCULTURELLE <i>L'élève devrait avoir des occasions de développer sa sensibilité interculturelle.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ illustrer les façons de communiquer avec des visiteurs ne parlant ni l'anglais, ni le français <ul style="list-style-type: none"> - interprètes - gestes - cartes - symboles mathématiques - dessins - dictionnaires interculturels 	12			F-12
<ul style="list-style-type: none"> ▶ persévérer à communiquer jusqu'à ce que les besoins ou désirs du client soient satisfaits 	12			F-12
<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître ses propres préjugés et leurs conséquences en matière de communication et de service 	12			C-7
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer l'effet des clichés sur la communication 	12			F-13
<ul style="list-style-type: none"> ▶ mettre en scène les différences culturelles en matière de modèles de communication acceptables <ul style="list-style-type: none"> - sujets de conversation - humour - espace personnel - langage du corps - contact physique - contact visuel - temps - manières, savoir-vivre - honnêteté, franchise - attentes en matière de service 	12			C-7
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comparer les coutumes, les styles de service, les pratiques sociales, l'habillement, les pratiques religieuses, les valeurs et les normes de plusieurs cultures 	12			C-7 C-8

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
VENTES ET SERVICES EN TOURISME				
LE TOURISME COMME ENTREPRISE				
<i>L'élève devrait avoir des occasions de comprendre et d'estimer les caractéristiques d'une structure hiérarchique efficace au sein de l'entreprise.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
▀ justifier l'importance de l'efficacité dans une structure hiérarchique efficace	11	TV		
▀ tracer l'organigramme de sections choisies en tourisme	11	TV		
▀ comprendre l'interdépendance des services au sein d'une organisation spécifiée	11	TV		
▀ tracer le schéma des lignes de commande et de la délégation d'autorité dans une structure hiérarchique	11	TV		
▀ reconnaître l'importance pour l'organisation de membres qui satisfont les termes de leur description de fonctions	11	TV		
▀ évaluer l'importance du travail d'équipe et la souplesse de mouvement à l'intérieur du secteur	11	TV		
<i>L'élève devrait avoir des occasions de comparer et d'évaluer diverses structures d'entreprises dans l'industrie du tourisme.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
▀ distinguer entre l'entreprise dirigée par un propriétaire et la gestion contractuelle	11 & 12	TV		
▀ évaluer les avantages et les désavantages de diverses formes d'entreprises - autonome - gouvernement - franchise - société de la couronne - succursales - gestion par contrat - coopérative - sans but lucratif	11 & 12	TV	FPP	
▀ défendre la notion de rapport du capital investi	11 & 12	TV	FPP	F-14

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions de comprendre l'importance des contrats de service.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▀ distinguer entre les contrats explicites et implicites 				F-15
<ul style="list-style-type: none"> ▀ analyser les notes de service, les brochures, les termes du billet et les déclarations verbales en tant que contrats de service implicites ou explicites 	12			C-4 F-15
<ul style="list-style-type: none"> ▀ exprimer les problèmes possibles qui peuvent entraîner par les obligations contractuelles <ul style="list-style-type: none"> - exemples de poursuite judiciaire pour inexécution de contrats dans le domaine de l'industrie du tourisme 				F-15
<i>L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître et de discuter les questions de responsabilité commune dans l'industrie du tourisme.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▀ comprendre l'importance des enjeux de responsabilité partagée entre employés et consommateurs 	12			F-15
<ul style="list-style-type: none"> ▀ comprendre les responsabilités des établissements de tourisme en matière de sécurité publique <ul style="list-style-type: none"> - service de boissons géré de manière responsable (<i>Hotelkeeper's Act, Loi sur la réglementation des alcools</i>) - panneaux indicateurs en nombre suffisant (p. ex. dangers associés à la natation) - entretien de la propriété - protection contre le vol et les dommages - manipulation sanitaire des aliments - mesures de sécurité dans les endroits dangereux (p. ex. descente de rapides) 				F-15
<ul style="list-style-type: none"> ▀ illustrer objet de la Loi du bon samaritain 	12		FS FR	
<ul style="list-style-type: none"> ▀ reconnaître la nécessité de donner aux employés des procédures et des politiques en matière de responsabilité 	12		FS FR	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître les caractéristiques de l'entrepreneur en tourisme qui réussit.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> analyser les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent 	12		FR FS	C-9
<ul style="list-style-type: none"> discerner les risques et les avantages de l'esprit d'entreprise 	12		FPP	C-9
<ul style="list-style-type: none"> évaluer son intérêt et son aptitude pour l'entrepreneuriat 	12		FPP	C-9
VENTE DE PRODUITS ET DE SERVICES				
<i>L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître et de discuter les questions de responsabilité commune dans l'industrie du tourisme.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> analyser la présence et l'importance d'une composante de vente dans tous les emplois qui relèvent de l'industrie du tourisme 				
<ul style="list-style-type: none"> reconnaître et expliquer les caractéristiques et les compétences des vendeurs qui réussissent <ul style="list-style-type: none"> créer une première impression positive reconnaître les styles de comportement du client (p. ex. distrait, bavard, querelleur) adapter la technique de vente aux types de clients (p. ex. le badaud, le client décidé et le client indécis) traiter les plaintes des clients 	11 & 12			F-16
<ul style="list-style-type: none"> justifier l'importance de connaître le produit 	11 & 12			F-16
<ul style="list-style-type: none"> utiliser les techniques de communication requises pour la réussite dans le domaine de la vente (p. ex. protocole téléphonique, clarté, conclusion de la vente, etc.) 	11 & 12			F-16
<ul style="list-style-type: none"> décrire et adapter les attributs intellectuels, physiques et sociaux de vendeurs qui réussissent 	12			F-16
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
SERVICE À LA CLIENTÈLE				
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'apprécier un service à la clientèle efficace et de s'y exercer.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra : <ul style="list-style-type: none"> ▶ expliquer la politique du service à la clientèle en matière de : <ul style="list-style-type: none"> - comportement proactif (prévision de problèmes, de difficultés possibles) - remboursements, retours, échanges, échange d'un article de meilleure qualité contre un article de moindre qualité - objets trouvés - tenue vestimentaire - pourboires - aménagements touristiques - plaintes et conflits 	11 & 12			F-7 F-8
▶ suivre les procédures appropriées en matière de service à la clientèle	11 & 12			F-7
▶ évaluer le rôle que jouent la politique du service à la clientèle et la formation en relations avec la clientèle dans la création et le maintien de l'image souhaitée dans un commerce particulier				F-7
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'apprécier les besoins particuliers des clients.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra : <ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître les clients qui ont des besoins particuliers <ul style="list-style-type: none"> - personnes âgées - jeunes enfants - personnes ayant une déficience physique - personnes ayant une déficience intellectuelle - autres cultures 	12			
▶ manifester son engagement à fournir un service approprié aux clients ayant des besoins particuliers	12			
▶ rencontrer des personnes ayant des besoins particuliers et interagir avec elles	12			
▶ prendre en compte les défis concrets que pose le service à une clientèle	12			
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions de se sensibiliser aux différences et aux similarités culturelles.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître que les attentes et comportements des clients sont influencés par leur origine; cette notion englobe le lieu géographique, la race, la religion, la langue, la position sociale, etc. 	12			F-17
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser différentes valeurs culturelles ayant trait au service <ul style="list-style-type: none"> - alimentation - logement - prix (p. ex. marchandage concernant les prix et services) 	12			F-17
<ul style="list-style-type: none"> ▶ souligner les manières de servir des clients de différentes cultures dans des situations en rapport avec le tourisme 	12			F-17
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comparer divers styles culturels de communications, y compris les salutations, les sujets de conversation, les techniques de communication et les mouvements 	12			F-17
SYSTÈMES D'EXPLOITATION				
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'analyser et d'évaluer les éléments de systèmes d'exploitation efficaces.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser les caractéristiques de systèmes d'exploitation qui fonctionnent efficacement (p. ex. cafétéria d'école, réception d'un hôtel, station de ski, organisation de voyage, paquebot de croisière, agence de voyage) <ul style="list-style-type: none"> - disposition - passage - niveaux de dotation en personnel - satisfaction des clients - charges de travail - installation saisonnière - ergonomie - horaires - souplesse de l'installation 	11 & 12			F-18
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> évaluer l'impact d'un système d'exploitation efficace sur les employeurs, les employés et les clients 	11 & 12	TV		F-18
<ul style="list-style-type: none"> comprendre la manière dont tous les emplois sont en relation les uns avec les autres dans le système 	11 & 12			F-18
<ul style="list-style-type: none"> identifier les méthodes de communication entre les composantes d'un système d'exploitation <ul style="list-style-type: none"> technologies (p. ex. base de données informatisée, télécopieur, télécopieur, téléphone) médias (journaux, vidéos, etc.) personnes-ressources réseaux (associations commerciales) séminaires et conférences sondages 	11 & 12			F-18
<ul style="list-style-type: none"> considérer les effets d'une rupture de communication 	11 & 12			
<i>L'élève devrait avoir des occasions de comprendre les principes d'exploitation d'un hôtel ou d'un motel.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> appliquer des notions fondamentales et employer la terminologie pertinente à l'exploitation d'un hôtel ou d'un motel 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> évaluer l'influence des progrès techniques en matière de voyage sur l'industrie de l'hébergement (p. ex. train, automobile, bateaux, avions) 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> expliquer et donner des exemples des différents modes de gestion des hôtels et motels <ul style="list-style-type: none"> chaîne franchise autonome contrat de gestion 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> classer les hôtels et les motels suivant leur utilisation, leur emplacement et leur coût (p. ex. logement provisoire, résidentiel, villégiature, centre de congrès, économique, avec casino, chambre d'hôte, aéroport, auberge de jeunesse) 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> classer les types de chambres 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> expliquer les divers modes de règlement (p. ex. chambre sans pension, pension complète, demi-pension, chambre petit déjeuner) 	12	TV		F-19

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> citer divers types de tarifs (groupes, tour organisé, gouvernement, tarif promotion, tarif affiché) 	12			F-19
<ul style="list-style-type: none"> expliquer les procédures de réservation, de confirmation et d'enregistrement 	12			F-19
<ul style="list-style-type: none"> appliquer les techniques de communication aux procédures suivies à la réception <ul style="list-style-type: none"> - demandes de renseignements - plaintes - besoins des clients - enregistrement et libération de la chambre 	12			F-20
<ul style="list-style-type: none"> décrire les procédures de comptabilité (p. ex. modes de paiement, facturation, frais) 	12			F-19
<ul style="list-style-type: none"> s'exercer au maniement des espèces, des chèques et des cartes de crédit 	12			F-20
<ul style="list-style-type: none"> tracer un organigramme d'exploitation d'un hôtel ou d'un motel et décrire les fonctions des divers services ainsi que les rapports qui les lient <ul style="list-style-type: none"> - administration - personnel - ventes et marketing - comptabilité - génie et entretien - restauration - réception - service de sécurité - division des chambres 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> analyser la nécessité d'un service de sécurité et la manière dont ce service est assuré dans diverses divisions 	12			
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'acquérir des notions d'exploitation d'un restaurant et de s'exercer aux compétences qui s'y rattachent.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> tracer des plans de carrière dans le secteur des services d'accueil et de restauration 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> rechercher la formation requise pour ces emplois 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> décrire les activités de base d'une petite exploitation de restauration 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> comprendre et employer des méthodes de traitement sanitaires et sans risque 	11	TV	FS	

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
▶ calculer les coûts et déterminer le prix des menus	11		FS	F-21
▶ comprendre et pratiquer la surveillance des portions et la tenue d'un inventaire	11		FS	F-21
▶ définir et employer la terminologie appropriée pour l'établissement de menus	11		FS	F-21
▶ créer des menus et justifier le choix des aliments	11		FS	F-21
▶ faire une démonstration des manières usuelles de dresser le couvert	11		FS	F-21
▶ pratiquer les techniques fondamentales du service d'un dîner <ul style="list-style-type: none"> - hôte/hôtesse - préposé au nettoyage des tables - serveur/serveuse 	11		FS	F-21

PLANIFICATION DES VOYAGES

DESTINATIONS

L'élève devrait avoir des occasions de décrire et de identifier les destinations de touristes.

Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
▶ définir une «destination touristique»	11 & 12			
▶ connaître les principales destinations touristiques dans différentes régions géographiques	12			C-8
▶ évaluer les caractéristiques qui attirent les visiteurs vers diverses destinations	11 & 12			C-4

L'élève devrait avoir des occasions d'évaluer les facteurs qui influencent le choix des destinations touristiques.

Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
▶ évaluer les facteurs qui déterminent l'attrait d'une destination <ul style="list-style-type: none"> - coût - climat - géographie - politique - manifestations spéciales - langage - infrastructure 	12			F-22

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> ▶ définir les étapes de la mise en valeur d'une importante destination touristique <ul style="list-style-type: none"> - analyse de marché - évaluation du site - études financières - évaluation de l'impact sur l'environnement - étude de l'impact social 	12			F-22
<ul style="list-style-type: none"> ▶ apprécier le rôle de la réglementation gouvernementale dans la mise en valeur d'une destination 	12			F-22
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prévoir les effets possibles, négatifs ou positifs, de la mise en valeur de destinations <ul style="list-style-type: none"> - environnement - mode de vie - culture - économie 	12			F-22
<ul style="list-style-type: none"> ▶ partager les inquiétudes des résidants sur l'impact éventuel du tourisme chez eux 	12			F-22

COLOMBIE-BRITANNIQUE

L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître et d'apprécier les régions touristiques de la C.-B.

Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier et comparer les régions touristiques de la C.-B. sous les rapports suivants : <ul style="list-style-type: none"> - histoire - géographie - attractions - manifestations spéciales - aménagements touristiques - histoire et culture des Premières Nations - diversité culturelle 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser l'organisation de la région touristique locale en donnant des exemples d'attractions, d'installations, d'infrastructure et de ressources touristiques 	11			F-23
<ul style="list-style-type: none"> ▶ identifier les sources de revenus qui proviennent du tourisme dans les diverses régions 				F-4

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'acquérir les connaissances, les compétences et les attitudes nécessaires pour conseiller les touristes en Colombie-Britannique.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ tracer l'organigramme d'un centre typique d'information de voyages (p. ex. B.C. Travel Infocenter et Travel Infocenter Network) 	11			F-24
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comprendre et apprécier le rôle d'un conseiller touristique 	11			F-24
<ul style="list-style-type: none"> ▶ tracer les possibilités de carrières ouvertes aux conseillers touristiques 	11			F-24
<ul style="list-style-type: none"> ▶ pratiquer les procédures fondamentales de la consultation touristique (p. ex. celles des B.C. Travel Infocentres) 	11			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ faire preuve de compétence dans des situations difficiles particulières à la planification de voyages (p. ex. communiquer avec des touristes ne parlant pas anglais) 	11			F-24
<ul style="list-style-type: none"> ▶ fournir au touriste des renseignements exacts sur les voyages ou le tourisme en utilisant des cartes et des guides d'hébergement 	11			C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ interpréter les horaires de transport y compris les horaires donnés sur 24 h 	11			C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ aider à planifier un itinéraire de voyage viable 	11			C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ interpréter les brochures qui portent sur les parcs provinciaux, nationaux et historiques 	11			C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ accéder à l'information provenant de sources appropriées sur les domaines suivants : <ul style="list-style-type: none"> - parcs provinciaux, nationaux et historiques - règlements de chasse et de pêche - attractions et manifestations touristiques - possibilités dans le domaine récréatif - autoroutes 	11			C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ manifester sa compréhension et son appréciation de la culture et des traditions des Premières Nations de la C.-B. 	11			F-25

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
CANADA				
<i>L'élève devrait avoir des occasions de reconnaître et de valoriser le Canada comme destination touristique.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ apprécier le Canada en tant que destination touristique d'importance majeure <ul style="list-style-type: none"> - histoire - géographie - attractions - manifestations spéciales - aménagements touristiques - histoire et culture des Premières Nations - diversité culturelle 	12	TV		C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ connaître les principales destinations touristiques au Canada 	12	TV		C-10
<ul style="list-style-type: none"> ▶ rechercher la manière dont le Canada est vendu dans le monde comme destination touristique <ul style="list-style-type: none"> - Office de Tourisme du Canada - Trousses publicitaires provinciales - <i>Pacific Rim Initiatives</i> 	12			F-4
VOYAGES À L'ÉTRANGER				
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'identifier et d'examiner les facteurs liés aux voyages à l'échelle mondiale.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer les avantages et les risques associés au tourisme dans un pays particulier 	12			C-4
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comprendre le rôle que peut jouer le tourisme dans la réduction des conflits mondiaux de différents points de vue <ul style="list-style-type: none"> - social - économique - politique - écologique 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ réunir l'information et la documentation requises par les voyageurs internationaux <ul style="list-style-type: none"> - information sur la destination (p. ex. langue, climat, zone horaire) - passeport/visas et autre documentation - immunisation - risques pour la santé 	12			C-4 C-8
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
<ul style="list-style-type: none"> - devises et restrictions - sécurité - fuseaux horaires - douanes, droits et taxes - incitations au voyage 	12			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ rechercher l'effet des événements mondiaux actuels sur les marchés de tourisme 	12			C-11
<i>L'élève devrait avoir des occasions d'évaluer les effets du tourisme sur les pays en voie de développement.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ faire la distinction entre tourisme de développement, tourisme démontrant un souci de responsabilité sociale et écotourisme 	12	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ évaluer l'effet du tourisme sur un pays en voie de développement <ul style="list-style-type: none"> - avantages - risques 	12			C-1
<ul style="list-style-type: none"> ▶ comprendre comment les visiteurs peuvent et doivent se montrer sensibles aux normes du pays d'accueil <ul style="list-style-type: none"> - étiquette du tourisme - croyances et coutumes religieuses - interdits en matière de photographie - sensibilité à l'environnement local - convenances en matière de tenue vestimentaire 	12			C-4
VISITE GUIDÉE				
<i>L'élève devrait avoir des occasions de comprendre et de mettre en pratique les méthodes de visite guidée locale.</i>				
<p>Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ interpréter et utiliser le jargon du guide touristique 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ analyser et apprécier le rôle du guide touristique sur place 	11	TV		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ rechercher et établir le programme d'une brève visite locale (p. ex. école, collectivité ou point d'intérêt local) <ul style="list-style-type: none"> - identifier la clientèle - rechercher les points d'intérêt principaux - tracer la route à suivre - choisir les haltes - isoler des problèmes logistiques - préparer des notes pour le commentaire - établir l'itinéraire 	11	TV		
RESSOURCES				
CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)				

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
▶ effectuer et évaluer une rapide visite guidée	11	TV		
▶ avoir des relations appropriées avec la clientèle	11			
<i>L'élève devrait avoir des occasions de comprendre et de mettre en pratique les méthodes du guidage à distance.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
▶ interpréter et employer le jargon spécialisé des visites guidées	12	TV		
▶ exposer les grandes lignes de l'évolution historique du voyage à forfait	12	TV		
▶ examiner les composantes du voyage à forfait	12	TV		
▶ comprendre et apprécier le rôle de l'organisateur de voyages	12	TV		
▶ comparer des voyages à forfait typiques et analyser la façon dont ils répondent à des intérêts et des besoins différents	12	TV		
▶ analyser les avantages et les désavantages d'un voyage à forfait	12	TV		
▶ interpréter et employer les catalogues de circuits touristiques	12	TV		
▶ connaître et apprécier le point de vue du touriste en participant à une visite guidée d'introduction	12			
▶ préparer un voyage organisé comprenant : - le prix - la documentation - la promotion - la planification détaillée de l'itinéraire	12			

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
L'AVENIR DU TOURISME COURANTS FUTURS <i>L'élève devrait avoir des occasions de spéculer sur l'importance et l'effet qu'aura le tourisme à l'avenir.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :				
<ul style="list-style-type: none"> ▶ apprécier la valeur de l'éducation permanente pour les professionnels du tourisme. 	12			C-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ émettre des hypothèses sur des situations ou des événements qui pourraient réduire ou décourager les voyages et le tourisme 	12			C-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ reconnaître les courants qui influenceront le tourisme à l'avenir 	12			C-11
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prévoir l'effet sur le tourisme des situations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - changements technologiques - organisation des loisirs - organisation du travail - changements politiques majeurs 	12			F-4
<ul style="list-style-type: none"> ▶ formuler un plan personnel pour se tenir au courant de ce qui se passe dans l'industrie 	12			F-26
<ul style="list-style-type: none"> ▶ spéculer sur les courants touristiques <ul style="list-style-type: none"> - en Colombie-Britannique - au Canada - dans le monde - dans des secteurs spécifiques 	12			F-27

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

Résultats d'apprentissage	Contexte (Année)	Ressources recommandées	Ressources supplémentaires	Activités
COURANTS FUTURS <i>L'élève devrait avoir des occasions d'analyser les questions qui pourraient influencer sur l'avenir du tourisme.</i>				
Grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra : <ul style="list-style-type: none"> ▶ explorer les questions économiques associées : <ul style="list-style-type: none"> - aux modes de travail - à la déréglementation - aux salaires dans l'industrie - aux possibilités de promotion - aux syndicats 	12			F-26 F-27
<ul style="list-style-type: none"> ▶ examiner les questions touchant le tourisme dans la collectivité <ul style="list-style-type: none"> - emploi - utilisation des ressources naturelles - pollution 	12			C-12
<ul style="list-style-type: none"> ▶ prendre conscience des responsabilités de l'industrie du tourisme et des touristes en matière de comportement en ce qui concerne le grand tourisme et les voyages <ul style="list-style-type: none"> - sur le plan de l'environnement - sur le plan social - sur le plan culturel 	12			C-1 C-12
<ul style="list-style-type: none"> ▶ employer des stratégies accessibles aux particuliers pour régler des problèmes liés au tourisme au niveau local (p. ex. les voisins souffrent des débris qui s'accumulent autour d'un restaurant de restauration rapide) <ul style="list-style-type: none"> - apprécier divers points de vue - analyser les forces en présence - élaborer un plan d'action 	12			C-12

RESSOURCES

CTP—Communication professionnelle et technique 12 • FPP—Planification professionnelle et personnelle 8-12 • FR—First Responder : First on the Scene (version française) • FS—Foodsafe (version française) • SH—Superhost (version française)

PARTIE 2 :

LES ACTIVITÉS

ACTIVITÉS RELIÉES AU PROGRAMME D'ÉTUDES

- C-1 : L'écotourisme
- C-2 : L'exploration de la carrière touristique
- C-3 : Les décisions gagnantes des professionnels du tourisme
- C-4 : Le voyage de rêve des finissants
- C-5 : La gestion du stress
- C-6 : Confrontons le racisme
- C-7 : La communication interculturelle
- C-8 : La planification d'un voyage à l'étranger
- C-9 : L'esprit d'entreprise
- C-10 : Destination Canada!
- C-11 : Le dossier médiatique
- C-12 : Deux études de cas

ACTIVITÉS SUPPLÉMENTAIRES VISÉES AU PROGRAMME DE LANGUE FRANÇAISE

- F-1 : Le touriste
- F-2 : Les voyages et le tourisme du passé
- F-3 : Les facteurs qui ont un effet sur le tourisme
- F-4 : Le tourisme et l'économie
- F-5 : Confiance en soi et attitude
- F-6 : Le défilé de mannequins
- F-7 : Le service à la clientèle I
- F-8 : Le service à la clientèle II
- F-9 : La gestion du temps
- F-10 : Mises en situation
- F-11 : La communication efficace et appropriée
- F-12 : La communication non verbale
- F-13 : Les dangers des stéréotypes
- F-14 : Le rapport du capital investi
- F-15 : Les responsabilités des professionnels du tourisme – sécurité et responsabilités contractuelles
- F-16 : La vente et le professionnel du tourisme
- F-17 : Les cultures, ressemblances et différences
- F-18 : Les systèmes d'exploitation efficaces
- F-19 : La gestion d'un hotel/motel
- F-20 : Les techniques de communication à la réception
- F-21 : La restauration
- F-22 : Le choix des destinations touristiques
- F-23 : Ma région et le tourisme
- F-24 : Le tourisme en Colombie-Britannique
- F-25 : Les autochtones et le tourisme en C.-B.
- F-26 : L'avenir du tourisme I
- F-27 : L'avenir du tourisme II

ACTIVITÉ C-1: L'ÉCOTOURISME

D
U
R
É
E



3 heures + temps consacré par les élèves à la préparation de leur exposé en dehors des heures de classe

BUT

Les élèves examinent les effets du tourisme sur l'environnement et vice versa, dans des contextes généraux tout en se référant particulièrement au contexte local.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ discuter des effets possibles des voyages et du développement touristiques sur l'environnement
- ▶ décrire les conflits pouvant surgir entre les services de gestion des ressources naturelles et l'industrie touristique
- ▶ évaluer l'effet du tourisme sur les pays en développement :
 - avantages
 - risques
- ▶ examiner les responsabilités de l'industrie touristique et des touristes en regard du tourisme et des voyages, sur le plan :
 - environnemental
 - social
 - culturel

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ enseignement direct
- ▶ présentation vidéo
- ▶ visite d'études

MATÉRIEL

- ▶ vidéo décrivant les effets de l'industrie touristique sur l'environnement (sources probables : Knowledge Network, Office national du film, Société Radio-Canada)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ examiner les journaux de bord des élèves et y recueillir des preuves de l'identification et de l'étude des questions environnementales
- ▶ noter les exposés des élèves à l'aide d'une liste de contrôle dont les critères ont été établis de concert avec les élèves

ÉTAPES

1. En guise de préparation, procurez-vous une vidéo appropriée ou des coupures de presse (voir l'étape 3). Organisez la visite d'études.
2. Animez un court débat pour centrer l'attention des élèves sur les questions environnementales et leur lien avec leur environnement immédiat car trop souvent les élèves considèrent ces questions comme des événements qui se passent «à la télévision». Il s'avère en effet parfois très utile de discuter brièvement du phénomène d'accoutumance qui veut que les gens ne remettent pas en question les choses qui font partie de leur environnement immédiat.
3. Présentez une vidéo qui décrit des problèmes résultant directement de l'expansion de l'industrie touristique (pollution de la Méditerranée, destruction des prairies d'Afrique, surutilisation du Sentier de la côte ouest). Servez-vous également d'articles de revues et de journaux pour illustrer le problème.
4. Organisez une session de remue-méninges pour préciser les problèmes soulevés par la vidéo ou les articles de presse et leur origine, tout en insistant particulièrement sur les problèmes causés par le tourisme ou les aménagements reliés au tourisme dans les régions concernées.
5. Organisez une visite d'études dans des endroits de votre région présentant les problèmes étudiés (chaque collectivité en a au moins un et il aura l'avantage d'être connu des élèves). Préparez un itinéraire qui inclura, en plus d'un endroit qui attire présentement l'attention, un autre point chaud moins connu ou un endroit susceptible de le devenir.
6. À la suite de la visite, les élèves (seuls ou en équipes) préparent un bref exposé sur un ou plusieurs aspects du ou des sites visité(s), sous forme de documentaire vidéo, de débat sur les solutions possibles à apporter à certains problèmes, de travaux de recherche, etc.
7. Les élèves rapportent leur expérience dans leur journal. Ici, l'idée principale est que leurs réflexions expriment le développement de leurs valeurs et de leur sensibilisation.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Au lieu d'un exposé ou d'un débat pour illustrer la façon dont on ignore parfois certaines questions pourtant proches de nous, demandez à un élève de prendre des photos à développement instantané de l'environnement immédiat de l'école. Faites-en une exposition que vous présentez à la classe.
- Faites appel à l'expertise d'un enseignant en biologie ou encore, le cas échéant, à des organismes écologiques locaux.
- Invitez des conférenciers de la région qui s'intéressent à des questions déterminées à participer à la visite d'études ou à s'adresser à la classe à la suite de celle-ci.



BUT

Les élèves ont recours à plusieurs méthodes de recherche pour examiner les carrières offertes dans les huit secteurs touristiques; ils se penchent sur les cheminements possibles, les perspectives d'avancement et les sources de publication des postes disponibles.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- déterminer les déroulements de carrière possibles et les perspectives offertes par les secteurs touristiques (en C.-B., au Canada, à l'étranger) en étudiant :
 - les objectifs du *Pacific Rim Institute of Tourism*
 - les publications spécialisées
 - les organigrammes du secteur touristique
 - produire le schéma d'un déroulement de carrière dans un secteur choisi, depuis le premier échelon jusqu'à l'objectif de carrière visé :
 - déterminer les perspectives de mobilité verticale et horizontale au sein du secteur retenu (en C.-B., au Canada, à l'étranger)
 - examiner l'importance du bénévolat à l'égard du développement personnel, de l'employabilité et de l'avancement professionnel.
 - utiliser la méthode de la «détermination des objectifs» afin d'établir des objectifs de carrière :
 - à long terme
 - à court terme
 - des objectifs et plans d'action
 - l'échéancier des plans d'action
 - une méthode d'examen et de révision des objectifs
 - constituer un dossier des établissements et des programmes d'enseignement postsecondaire, privés et publics, offrant une formation touristique en Colombie-Britannique

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- apprentissage coopératif où les élèves explorent en petits groupes divers cheminements de carrière, perspectives d'avancement professionnel et sources de publication des postes disponibles
 - entrevue avec un professionnel de l'industrie touristique
 - travail individuel et autonome au niveau des médias, des publications spécialisées et des centres d'emploi afin de découvrir les perspectives de carrières au niveau des emplois de première ligne, de supervision et de gestion dans un secteur donné de l'industrie touristique
 - recherche autonome des établissements et des programmes d'enseignement postsecondaire de formation en tourisme, tant privés que publics
 - échanges en classe sur la courtoisie et le protocole des entrevues

MATÉRIEL

- bibliothèques, centres d'emploi, Internet
 - documentation recommandée (*Careers in Tourism* du Pacific Rim Institute of Tourism s'avérera très utile ici)

MESURE ET ÉVALUATION

- autoévaluation et évaluation par les pairs du travail de groupe et de la table ronde
 - évaluer la participation des élèves dans les groupes et la table ronde à l'aide des critères d'évaluation établis de concert avec les élèves (organisation, clarté, supports visuels)
 - examiner les plans d'entrevue et les questionnaires des élèves pour s'assurer qu'ils ont bien couvert tous les éléments requis

ÉTAPES

1. En guise de préparation, réviser la documentation à distribuer et soyez prêt à aider les élèves dans leur étude des sources d'information.
2. Présentez les travaux à effectuer : les élèves examineront diverses possibilités de carrière du domaine touristique. Vous pourrez copier et distribuer les pages ci-jointes (Exploration de la Carrière Touristique).
3. La classe fait une séance de remue-méninges pour trouver des emplois et des carrières en tourisme. Puis, les élèves se divisent en groupes afin de répartir leurs suggestions en plusieurs catégories selon des critères qu'ils auront eux-mêmes établis.
4. Divisez la classe en groupes. Distribuez la documentation et précisez les directives au besoin. Chaque groupe devrait étudier un secteur différent.
5. Lorsque les groupes auront terminé leur recherche (l'activité s'étendra sur plusieurs sessions), organisez une table ronde.

EXPLORATION DE LA CARRIÈRE TOURISTIQUE

Votre groupe doit choisir un des huit secteurs de l'industrie touristique en vue de l'étudier.

- ▶ Hébergement
- ▶ Alimentation
- ▶ Transport
- ▶ Tourisme d'aventures
- ▶ Manifestations et congrès
- ▶ Industrie des voyages
- ▶ Attractions
- ▶ Services touristiques

Votre étude doit tenir compte des éléments ci-dessous. En groupe, décidez de l'organisation de l'information et de l'assignation des différentes tâches.

1. Étudiez trois déroulements de carrière tirés du secteur touristique choisi.
2. Faites des recherches dans les médias, les publications spécialisées et les centres d'emploi pour y trouver des perspectives de carrières concernant les postes de première ligne, de supervision et de gestion dans le secteur que vous avez choisi d'étudier. Recueillez des annonces d'emploi et rédigez la liste des compétences requises pour la carrière que vous étudiez.
3. Recherchez les possibilités d'apprentissage et de formation offertes par les établissements postsecondaires privés ou publics en ce qui concerne la carrière à l'étude.
4. En groupe, planifiez et effectuez une entrevue avec un professionnel du secteur touristique étudié. Consultez la documentation que l'on vous a remise sur la préparation d'une entrevue. Répondez aux questions et rédigez le questionnaire qui servira lors de votre entrevue.

5. En groupe, planifiez et présentez les résultats de votre recherche et de votre entrevue selon le format de la table ronde. Chaque membre du groupe d'experts est responsable de la présentation de l'information qu'il a recueillie dans l'étude de la carrière du secteur choisi et doit être prêt à répondre à des questions relatives aux sujets ci-dessous :

- ▶ carrières offertes dans le secteur
- ▶ description des tâches de chacun des niveaux
- ▶ avantages et désavantages de la carrière
- ▶ sources de perspectives de carrières
- ▶ source de formation et d'apprentissage
- ▶ potentiel d'avancement et de mobilité au sein du secteur et de l'industrie
- ▶ salaires et avantages sociaux

Planification de l'entrevue

L'entrevue constitue une façon efficace de recueillir de l'information sur les possibilités de carrière dans l'industrie touristique. Pour découvrir ce que vous recherchez, il est important de bien planifier l'entrevue, de décider d'avance du mode d'enregistrement de l'entretien et de vous préparer à être courtois et à mettre la personne interrogée à l'aise.

Voici quelques directives qui vous permettront de bien planifier votre entrevue.

I. Choix du sujet

- ▶ Quelle profession désirez-vous examiner dans le secteur retenu?
- ▶ Quel poste vous intéresse particulièrement?
- ▶ Quelle est la personne que vous souhaitez interroger?
- ▶ Que savez-vous déjà sur la profession ou le poste?
- ▶ Quels autres détails aimeriez-vous couvrir?



2. Détermination de l'auditoire

- ▶ Dans quelle mesure votre public connaît-il déjà le sujet et que devriez-vous lui apprendre?

3. Organisation de l'entrevue

- ▶ Comment allez-vous communiquer avec la personne à interroger?
- ▶ Que dois-je expliquer à la personne interrogée?
- ▶ Endroit, date et heure et durée de l'entrevue?
- ▶ Comment vais-je enregistrer les réponses? Prise de notes, enregistrement au magnétophone ou enregistrement vidéo?

4. Préparation de l'entrevue

- ▲ Quelles questions vont vous permettre de recueillir l'information souhaitée?
- ▲ Comment formuler les questions de façon à tirer le plus de renseignements possibles de la personne interrogée?

5. L'entrevue

- ▲ Quel mode d'enregistrement serait le plus efficace?
- ▲ De quel équipement avez-vous besoin?

6. Traitement des données de l'entrevue

- ▲ Comment allez-vous organiser et résumer l'information recueillie?
- ▲ Quel est la meilleure méthode de présentation des résultats à votre auditoire?

7. Présentation de l'entrevue

- ▲ Comment votre groupe compte-t-il organiser l'information en vue de la table ronde?
- ▲ Y a-t-il d'autres façons de présenter l'information?
- ▲ Utiliserez-vous des extraits des enregistrements sonores ou vidéos ou citerez-vous la personne interviewée?

Courtoisie et protocole d'entrevue

▷ Confirmer les détails suivants auprès de la personne interrogée :

- ▲ la date, l'heure, l'endroit et la durée de l'entrevue
- ▲ le but et le sujet de l'entrevue
- ▲ le mode d'enregistrement de l'entrevue et les personnes présentes

Lors de l'entrevue, présentez-vous et rappelez à la personne interrogée le but et le sujet de l'entrevue; ne vous écartez pas du sujet; remerciez la personne à la fin. Il serait peut-être avisé de lui faire parvenir une lettre de remerciement.

ACTIVITÉ C-3 : Les décisions gagnantes des professionnels du tourisme



I-2 heures

BUT

Les élèves utilisent une méthode de simulation afin de développer leurs compétences en prise de décisions et en relations humaines dans le contexte des carrières du secteur touristique.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ identifier et manifester les caractéristiques professionnelles suivantes
- ▶ identifier et démontrer des comportements professionnels
- ▶ définir et mettre en pratique un comportement approprié au marché du travail :
 - attitude professionnelle positive
 - abord facile
 - expression corporelle adéquate (p. ex. bonne posture, sourire agréable, poignée de main ferme)
 - langage approprié
 - technique téléphonique appropriée
 - désir de réussir
- ▶ reconnaître l'importance du développement de bonnes compétences en prise de décisions
- ▶ pratiquer les étapes de la prise de décisions
- ▶ créer un modèle de prise de décisions permettant d'analyser des problèmes particuliers et de les résoudre
- ▶ évaluer les résultats des décisions

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ jeux de rôles
- ▶ apprentissage coopératif
- ▶ rédaction du journal de réflexion

MATÉRIEL

- ▶ «Décisions gagnantes» (Scénarios de jeux de rôles, ci-joints)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ observer les jeux de rôle des élèves et repérer les éléments illustrant leur emploi d'un modèle de résolution de problèmes
- ▶ examiner le journal de réflexion des élèves et vérifier si ces derniers savent évaluer leurs propres compétences en résolution de problèmes et en prise de décisions

ÉTAPES

1. Organisez une brève séance de remue-méninges et une discussion sur les qualités et les compétences exigées pour réussir dans l'industrie touristique.
2. Divisez la classe en huit groupes. Distribuez la documentation appropriée et assignez un scénario à chaque groupe. Les groupes doivent discuter de leur situation et préparer un jeu de rôle visant à illustrer la façon la plus efficace de régler le problème.
3. Les élèves doivent présenter leur jeu de rôle devant le reste de la classe. Faites suivre chaque exposé d'une discussion sur les compétences mises en évidence et sur les autres façons de réagir dans des situations semblables.
4. Dans leur journal, les élèves traitent de leur capacité d'utiliser les techniques de résolution de problèmes et de prise de décision (p. ex. est-ce que je réagis intuitivement, rationnellement, de façon empathique ou émotive?).

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ au lieu d'utiliser les simulations en tant qu'activités distinctes, vous pourrez les présenter une fois par mois à des fins de discussion et d'entrée en matière ou de conclusion de vos leçons ou dans le cadre d'activités visant à explorer d'autres éléments du perfectionnement professionnel
- ▶ les élèves créent leur propre scénario de problèmes qui doivent ensuite être résolus par les autres groupes
- ▶ effectuer une simulation d'entrevue d'emploi où les élèves doivent manifester leurs compétences en prise de décisions

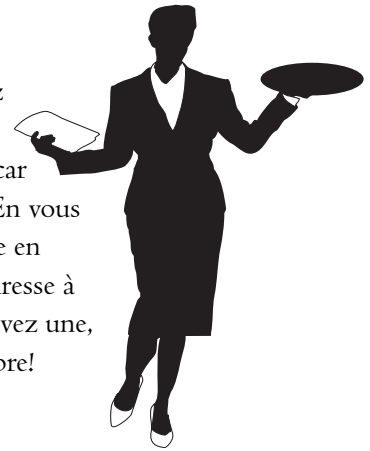
DÉCISIONS GAGNANTES

Scénarios de jeux de rôles

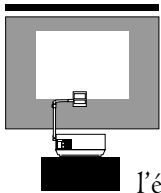
1. **Hôtellerie.** Vous travaillez à la réception de l'hôtel X. Vous êtes en train d'inscrire une gentille famille de quatre personnes, dont deux enfants. Vous avez devant vous une famille réservée dont les membres sont très polis. En levant les yeux, vous apercevez un client habituel, monsieur A., qui sort du bar. Vous savez qu'il y est entré une heure avant et qu'après une heure au bar, M. A., lui aussi habituellement réservé et poli, a tendance à exprimer un peu trop fortement ses opinions et qu'il peut même aller jusqu'à faire aux dames des compliments déplacés. Vous savez qu'une cliente a déjà annulé sa réservation pour cette raison et qu'elle est descendue dans un autre hôtel. Si M. A. insulte la famille, vous risquez de perdre les 100 \$ de leur chambre. Par contre, si vous insultez M. A., il est fort probable que vous perdiez les 100 \$ de sa chambre de ce soir et de bien d'autres soirs à venir.



2. **Restauration.** La soirée est très occupée au restaurant Chez Bastien. Vous devez assigner les tables aux clients, répondre au téléphone qui ne déroutait pas et conserver une humeur pétillante dans cette ambiance folle. Vous y arrivez mal car vous êtes en colère après l'employé de jour qui a accepté trop de réservations. En vous retournant soudain, vous faites face à une personne du sexe opposé qui s'avance en compagnie d'un petit groupe de gens d'affaires tous bien mis. La personne s'adresse à vous en disant : «Écoutez, il me faut absolument une table et si vous m'en trouvez une, vous ne le regretterez pas.» Vous avez beau chercher et chercher, pas de table libre! Imaginez la suite.



3. **Manifestations et congrès.** Vous venez d'être promu. C'est votre premier poste qui comporte des responsabilités et vous avez décidé d'obtenir d'excellents résultats. Le jour où le Centre des congrès reçoit 1500 délégués internationaux, vous vous présentez au travail très tôt pour vérifier l'équipement audiovisuel.



Vous l'avez vérifié la veille mais vous avez quand même mal dormi, révisant sans cesse la séquence complexe du discours d'inauguration. Une deuxième vérification effectuée sans difficulté au cours de la matinée réussit à vous calmer. Une heure avant le discours, histoire de vous rassurer, vous ouvrez l'ordinateur pour effectuer un dernier test. L'orateur principal est une personnalité connue et son discours exige le bon fonctionnement d'à peu près tout l'équipement audiovisuel sur le marché. L'ordinateur se comporte comme prévu et en soupirant d'aise, vous amorcez la séquence. Catastrophe! Toute l'information semble se désagréger, au moment même où les délégués commencent à entrer dans la salle, souriants et détendus.

4. **Industrie des voyages.** Vous êtes un tout nouvel agent de voyage et vous avez récemment inscrit un petit groupe d'aînés à une croisière. Vous êtes particulièrement fier de cette première réalisation et vous vous réjouissez à l'avance de la bonne commission que vous en retirerez. Vous vous présentez au travail un matin et, tout en dégustant votre café, vous songez à votre joyeuse bande de retraités entreprenant aujourd'hui sa deuxième journée de croisière lorsque la sonnerie du téléphone vous tire de vos rêveries. Vous êtes incroyablement surpris d'entendre la voix de M^{me} X, celle-là même qui a fait les réservations du groupe en question, vous dire : «Comment avez-vous pu nous inscrire à une croisière pareille?» Vous tombez des nues en entendant que la veille, le groupe a visité une plage de nudistes et que les vacanciers ont dû endurer de la musique disco sur le bateau jusqu'aux petites heures du matin.



5. **Services touristiques.** Vous effectuez votre premier stage de travail en tant qu'élève. Dès l'entrevue d'emploi, vous avez trouvé votre employeur très sympathique et avez même commencé à espérer qu'il vous engagerait pour tout l'été. Vous êtes déterminé à réussir. Le premier jour de votre stage, vous découvrez que l'employeur a décidé que votre nom était trop difficile à prononcer et il a en fait une version abrégée qui figure déjà sur l'insigne que vous devez porter.

6. **Loisirs de plein air.** Vous êtes surveillant d'été dans un parc provincial près de chez vous. On est au début d'août; vous adorez votre travail, vous vous entendez bien avec votre supérieur et espérez certainement obtenir le même poste l'été prochain. Vous songez même à une carrière au sein de la division des parcs du gouvernement. Mise à part la rencontre de quelques ours qui aiment fouiller dans les poubelles, tout s'est bien passé. Un soir, lors de la ronde de nuit, quelqu'un se plaint des bruits d'une fête. Vous vous préparez à affronter les fêtards; après tout, ce n'est pas si difficile, vous l'avez déjà fait. Lorsque vous arrivez à l'emplacement en question, vous constatez à la lumière du feu de camp que les six joyeux lurons sont des amis proches et des camarades de classe. L'un deux, bouteille en main et manifestement ravi de vous voir, se dirige vers vous en titubant et vous invite chaleureusement à vous joindre à eux. Vous savez très bien que derrière vous se tient la personne qui s'est plainte et qui attend de voir comment vous allez régler le problème.



7. **Attractions.** Vous effectuez un stage de travail dans un parc ou jardin de votre région. Depuis le début, vous savez que les seuls employés rémunérés sont le couple qui gère l'endroit et dirige les bénévoles. Plusieurs volontaires consacrent de longues heures au parc et le connaissent très bien, mais ils vous agacent parfois avec leurs conseils et leurs avis constants. Dans l'ensemble, ces conseils sont quand même donnés avec une attitude bienveillante qui n'est pas sans rappeler celle de grands-parents. Mais vous parvenez difficilement à vous maîtriser. Il y a même un bénévole qui, en plus d'être désagréable, semble prendre plaisir à vous humilier. Un jour, alors que vous guidez un groupe dans le jardin et faites tous les efforts possibles pour vous rappeler les détails du jardin et les compétences présentées dans le cours SuperHost, le bénévole désagréable apparaît soudain au détour du chemin et entreprend de vous réprimander fortement devant tout le monde.

8. **Transport.** Vous êtes agent de bord dans un avion qui survole le Pacifique à une altitude de 32 000 pieds. Il n'y a aucun siège vacant sauf en première classe et on vous a demandé de ne pas faire passer de passagers en première. Vous êtes extrêmement occupé et tout va bien lorsqu'un passager qui revient des toilettes actionne le bouton d'appel. Vous vous dirigez vers la personne et vous écoutez ses plaintes sur le comportement de son voisin de bord. Vous tentez de régler le différend. Vous soupçonnez qu'il s'agit d'une mise en scène par le passager qui préférerait voyager en première classe. Que faites-vous?



ACTIVITÉ C-4 : Le voyage de rêve des finissants

D
U
R
É
E



3-4 heures, selon la décision
des élèves

BUT

Les élèves s'appuient sur leurs recherches, des entrevues, des sondages et l'apprentissage coopératif pour concevoir et réaliser une brochure visant à commercialiser un forfait de voyage pour les finissants de leur école.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ évaluer l'importance du travail d'équipe dans l'industrie touristique :
 - les entreprises qui réussissent le mieux comptent sur l'effort combiné de plusieurs personnes
 - sans égard à leur titre et à leurs fonctions, tous les employés d'une entreprise contribuent à son succès
- ▶ analyser les notes de service, les brochures, les conditions des billets et les déclarations verbales comme parties intrinsèques ou extrinsèques des contrats de service
- ▶ évaluer les éléments qui attirent les visiteurs dans certains endroits
- ▶ évaluer les attraits et les risques du tourisme dans certains pays
- ▶ réunir l'information et la documentation nécessaires aux voyages internationaux :
 - renseignements sur la destination (langue, climat, décalage horaire)
 - passeports, visas et autre documentation
 - immunisation
 - risques pour la santé
 - devises et restrictions
 - sécurité
 - fuseaux horaires
 - douanes, droits et taxes
 - incitations au voyage

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ apprentissage coopératif (les élèves travaillent en équipe à la recherche et la préparation de la brochure)
- ▶ apprentissage individuel autonome (les élèves travaillent seuls sur certaines parties de la brochure)
- ▶ entrevues de pairs pour recueillir de l'information et des préférences personnelles
- ▶ apprentissage informatisé (les élèves recherchent de l'information offerte en ligne)
- ▶ utilisation de la technologie pour la réalisation finale de la brochure (si disponible)

MATÉRIEL

- ▶ brochures de voyage
- ▶ vidéos sur des destinations internationales
- ▶ livres de bibliothèque
- ▶ encyclopédies et atlas imprimés, en ligne ou sur CD-ROM
- ▶ sites Internet se rapportant au tourisme
- ▶ feuille de travail «Le voyage de rêve des finissants» (ci-jointe)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ recueillir les brochures finales des élèves et vérifier si ceux-ci ont observé les critères établis

ÉTAPES

Remarque : L'activité doit être prise en charge, en grande partie, par les élèves, mais elle nécessite une certaine préparation. Elle suppose également que les élèves ont déjà l'habitude du travail en équipe, de la présentation (brochure convaincante) et du visionnement de vidéocassettes.

- I. Examinez les grandes lignes du projet et créez votre propre feuille en apportant des réponses simples aux questions au cas où les élèves n'auraient pas de suggestions. Exemples de questions :
 - ▲ Comment choisirez-vous la destination commercialisée par votre groupe?
 - par tirage au sort
 - par consensus
 - après avoir fait une étude de marché
 - ▲ Si plusieurs groupes choisissent une même destination, comment l'attribuera-t-on?
 - premier arrivé, premier servi
 - tirage au sort
 - argumentation écrite des groupes
 - ▲ Quelle information doit figurer sur la brochure?
 - coût
 - hébergement
 - activités
 - renseignements sur la destination
 - éléments graphiques
 - température et climat
 - ▲ Quelles seront vos sources d'information?
 - agent de voyage
 - Internet / CD-ROM
 - bibliothèque
 - consulat du pays de destination
 - amis, voisins, autres élèves
 - ▲ Quels sont le contenu et l'apparence d'un bon produit fini?
 - information complète
 - séquence logique
 - facile à lire
 - sections clairement divisées
 - couleur
 - ▲ Quelle devrait être la méthode d'évaluation du travail et qui devrait l'évaluer?
 - procédé
 - produit
 - élève
 - enseignant
 - population de l'école
- ▲ Combien de temps devra-t-on consacrer au travail? (La réponse variera en fonction de l'accès à l'information et de la charge de travail des élèves.)
2. Présentez le projet aux élèves et distribuez la feuille des grandes lignes destinée aux élèves.
3. Formez les groupes ou demandez aux élèves de former leurs propres groupes.
4. Passez en revue les grandes lignes du travail avec les élèves et demandez-leur de formuler les réponses. Ils devraient inscrire les réponses de façon à se constituer un sommaire des critères du travail.
5. Aidez les élèves à rassembler les ressources nécessaires (audiocassettes sur les destinations, brochures de voyage, affiches, atlas, produits en marché).
6. Les travaux terminés peuvent faire l'objet d'un exposé oral, d'une exposition dans la classe, être photocopiés et distribués, etc.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▲ Les travaux des élèves peuvent être présentés dans le cadre d'une simulation de salon du voyage ou dans des présentoirs. Demandez à l'ensemble de la population de l'école de voter afin de choisir la destination de leur choix. On pourrait décerner un prix à l'équipe gagnante.

LE VOYAGE DE RÊVE DES FINISSANTS

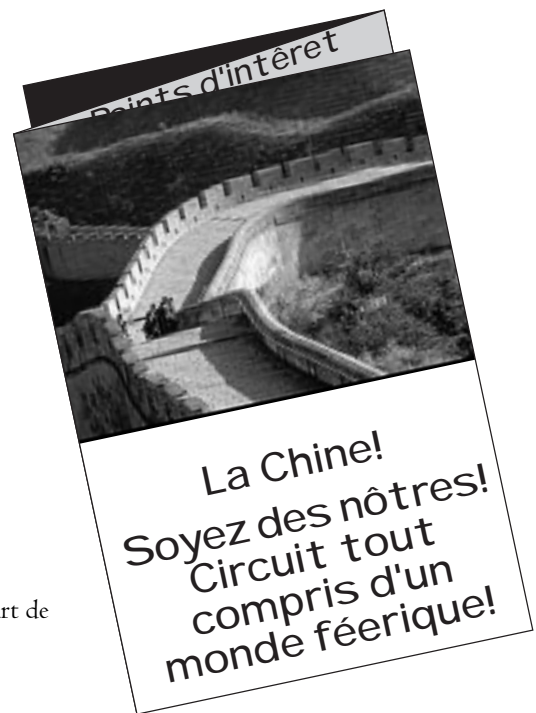
Grandes lignes du travail

Votre groupe doit concevoir une brochure de commercialisation d'une destination internationale pour le voyage de rêve des finissants.

- ▶ Chaque groupe doit choisir sa propre destination.
- ▶ Les brochures doivent se composer de deux feuilles de papier, pliées et imprimées des deux côtés.
- ▶ La brochure doit offrir un voyage forfaitaire (le prix proposé couvre les repas, l'hébergement, le transport, les manifestations et les attractions).
- ▶ La brochure doit comprendre les choses à faire et à ne pas faire concernant la destination proposée.

Questions auxquelles vous devez répondre :

- ▶ Comment choisirez-vous la destination du groupe?
- ▶ Que ferez-vous si deux groupes choisissent la même destination?
- ▶ Quelle information doit figurer sur la brochure?
- ▶ Quelles seront vos sources d'information?
- ▶ Quel est le contenu et l'apparence d'un bon produit fini?
- ▶ Quelle devrait être la méthode d'évaluation du travail et qui devrait l'évaluer?
- ▶ Combien de temps devra-t-on consacrer au travail? Quelle sera la part de recherche?



ACTIVITÉ C-5 : La gestion du stress



BUT

- Les élèves prennent connaissance des causes et des effets du stress, et s'entraînent à la gestion du stress.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- déterminer les effets positifs et négatifs du stress
- reconnaître les indices de stress :
 - rendement au travail et productivité
 - qualité du produit
 - indices physiques
 - indices émotifs
 - indices verbaux
 - comportement
- évaluer l'effet du stress dans la communication
- être sensible au stress, inhérent à l'industrie du tourisme
- s'entraîner à des techniques de gestion du stress :
 - planification, établissement des priorités et des buts et gestion du temps
 - techniques physiques (repos, exercice, alimentation, relaxation)
 - soins psychologiques (loisir-détente, humour, relations sociales, solitude)

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- apprentissage individuel autonome
- apprentissage coopératif
- enseignement direct
- entrevue (facultatif)
- débat (facultatif)

MATÉRIEL

- facultatif : musique ou vidéo de relaxation

MESURE ET ÉVALUATION

- recueillir les feuilles de travail remplies par les élèves, leurs journaux et les autres réactions et vérifier s'ils savent repérer le stress dans la vie et déterminer la meilleure façon de le gérer

ÉTAPES

- I. Réviser la documentation et les feuilles de travail de l'activité. Choisissez celles que vous utiliserez et la méthode que vous appliquerez. L'activité repose sur la documentation fournie mais la méthodologie pourra varier en fonction de la situation locale et des besoins de la classe. Voici des approches à utiliser :
 - ▶ Les élèves se réunissent en groupes coopératifs afin de lire la documentation et de remplir les feuilles de travail.
 - ▶ Les élèves travaillent individuellement sur la documentation distribuée.
 - ▶ L'information est présentée sous forme d'exposés.
 - ▶ Un professionnel de la santé s'adresse à la classe pour expliquer et démontrer des techniques de réduction du stress.
 - ▶ Les élèves interrogent des professionnels en tourisme sur le stress associé à leur travail.
 - ▶ Sujet de débat : «Le stress est un état normal et nécessaire à la vie».

LA GESTION DU STRESS

Qu'est-ce que le stress?

- ▶ réponse non spécifique du corps à toute demande qui lui est faite
- ▶ préparation physiologique du corps au combat ou à la fuite
- ▶ réaction de l'organisme à la perception de la menace d'un inconfort
- ▶ épuisement physique et émotif résultant d'une surcharge de stress et de l'incapacité d'y faire face
- ▶ réaction émotive résultant d'une demande supérieure à la capacité d'affrontement
- ▶ détournement du sang des sections cognitives du cerveau au profit des centres moteurs
- ▶ panique et confusion de pensées
- ▶ agitation et agression
- ▶ ne cause pas de problème sauf en cas de persistance (le stress chronique provoque la hausse du niveau normal d'excitation physique)
- ▶ se produit au fil des mois et le sujet ne remarque pas les changements
- ▶ le corps réagit au stress physique plutôt qu'au stress cognitif ou émotif

Les gens deviennent tendus lorsqu'ils se sentent incapables de faire face à une situation. Ils n'ont peut-être pas de contrôle sur la situation, mais peuvent maîtriser leur perception de la situation.

Insuffisance et sur charge

Le manque de stress peut produire les mêmes réactions. Il est important de s'entourer d'un réseau de soutien :

- ▶ collègues de travail, membres de la famille, professionnels de la santé, conseillers
- ▶ améliorer ses relations avec autrui et régler les situations de conflit

Troubles associés au stress

Les troubles associés au stress constituent une cause importante de décès et de maladies. En Amérique du Nord, le niveau de stress a atteint des proportions effarantes. Il semble que l'on ait adopté tout bonnement l'habitude de tolérer de très hauts niveaux de stress.

Alcoolisme	Colon irritable	Emphysème	Migraines
Arthrite	Constipation	Fièvre des foies	Névroses et psychoses
Asthme	Crises cardiaques	Hypertension	Problèmes respiratoires
Bronchite	Diabète	Insomnie	Ulcères
Cancer	Diarrhée	Maladies cardiaques	
Colite ulcéreuse	Difficultés sexuelles	Maux de dos	

Symptômes du stress

Essoufflement	Sensation d'étouffement
Gripes et rhumes	Sentiment de frustration continue et d'anxiété
Maux de tête	Tension du cou et des muscles du dos
Moiteur froide des mains	
Palpitations	

VOTRE DEGRÉ DE VULNÉRABILITÉ AU STRESS

Le test suivant a été mis au point par L. Miller et A. Dell-Smith de l'Université de Boston. Évaluez chaque élément à l'aide de l'échelle ci-dessous en fonction de votre propre réaction.

1 = presque toujours **2** = habituellement **3** = souvent **4** = rarement **5** = jamais

- | | |
|---|--|
| 1. Je mange au moins un repas chaud et équilibré par jour. ____ | I1. Je participe régulièrement à des activités sociales. ____ |
| 2. Je dors entre 7 et 8 heures au moins quatre fois par semaine. ____ | I2. J'ai un réseau d'amis et de connaissances. ____ |
| 3. Je donne et reçois de l'affection régulièrement. ____ | I3. J'ai au moins un ami à qui je peux confier mes pensées intimes. ____ |
| 4. J'ai au moins un ami ou parent habitant à moins de 50 km sur qui je peux compter. ____ | I4. Je suis en bonne santé (vision, audition, dentition comprises). ____ |
| 5. Je fais de l'exercice au point de transpirer au moins deux fois par semaine. ____ | I5. Je suis capable de communiquer ouvertement mes sentiments de colère ou d'inquiétude. ____ |
| 6. Je fume moins d'un demi-paquet de cigarettes par jour. ____ | I6. Je parle régulièrement des préoccupations domestiques avec les gens qui partagent mon domicile (corvées, budget, habitudes de vie, etc.). ____ |
| 7. Je consomme moins de cinq boissons alcoolisées par semaine. ____ | I7. Je fais quelque chose d'amusant au moins une fois par semaine. ____ |
| 8. Mon poids est proportionnel à ma grandeur. ____ | I8. Je sais organiser mon temps efficacement. ____ |
| 9. Mon revenu me permet de satisfaire à mes besoins essentiels. ____ | I9. Je bois moins de trois tasses de café (thé, cola) par jour. ____ |
| 10. Mes croyances spirituelles me donnent de la force. ____ | 20. Je m'accorde des instants de solitude tranquille tous les jours. ____ |

Pour déterminer votre total, additionnez les résultats des énoncés et enlevez 20. Tout résultat supérieur à 30 indique une vulnérabilité au stress; si votre résultat se situe entre 50 et 75, vous êtes fortement vulnérable.

MESURE DU STRESS

Lisez les énoncés ci-dessous et voyez lesquels vous concernent. Plus vous répondez «oui» et plus vous devriez être capable d'affronter le stress dans la vie.

1. Je suis conscient des ingrédients contenus dans les aliments que je mange et des effets qu'ils ont sur moi.
2. J'évite les abus de table, d'alcool, de caféine, de nicotine et de médicaments.
3. Je maîtrise ma consommation d'hydrates de carbone (ou glucides) et de gras.
4. Mon alimentation contient suffisamment de vitamines, de minéraux et de fibres alimentaires.
5. Je n'éprouve pas de manifestations physiques telles qu'étourdissements, maux d'oreilles, rhumes fréquents, toux, indigestion, articulations enflées, nervosité, dépression, inquiétude, perte d'appétit ou faim constantes.
6. Je fais des exercices aérobiques (jogging, natation, bicyclette) de 20 à 30 minutes trois fois par semaine.
7. Je pratique le yoga ou quelque autre exercice d'étirement ou d'assouplissement.
8. Je prends soin de moi (longues marches, achat d'un article qui me plaît, flânerie, grasse matinée sans sentiment de culpabilité, méditation, activités amusantes).
9. Je prête attention aux changements qui surviennent dans ma vie et je reconnais en eux des facteurs potentiels de stress.
10. Je pratique régulièrement un exercice de relaxation de retour sur moi-même pour me libérer des inquiétudes et des pensées qui me préoccupent (de 20 à 30 minutes par jour).
11. Je n'ai pas de tension musculaire.
12. J'ai les mains chaudes et sèches.
13. Je suis une personne productive et heureuse.
14. Je sais exprimer mes émotions et ma créativité.
15. J'ai un but dans la vie et ma vie a un sens et une direction.
16. Je crois que je suis entièrement responsable de mon bien-être et de ma santé.

LES FACTEURS DE STRESS DE MA VIE

Donnez des exemples de situations stressantes :

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Donnez des façons dont vous pouvez vous-même y faire face :

Donnez des façons dont les autres peuvent vous aider à y faire face :

PROMESSE DE GESTION DU STRESS

Je, _____, m'engage à prendre les mesures suivantes pour gérer mon stress quotidien :

MESURE

CALENDRIER

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Mon réseau de soutien se compose de :

PERSONNE-RESSOURCE

N° DE TÉLÉPHONE

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Autres facteurs de réussite :

Signature : _____

Date : _____

Passé en revue : _____

DOSSIER DE STRESS PERSONNEL

Date : _____

Techniques de gestion du stress

1. Faites des exercices de relaxation, de méditation et de respiration profonde.
2. Participez à des activités sociales à l'école, au travail ou dans votre collectivité.
3. Adonnez-vous à un passe-temps que vous aimez.
4. Entrez un programme de conditionnement physique :
 - ▶ trois fois par semaine
 - ▶ accélération du rythme cardiaque à 150-180 pulsations par minute
5. Établissez vos priorités, structurez votre temps et servez-vous d'un agenda. Fixez-vous des objectifs **réalistes**.
6. Dormez suffisamment pour être en forme.
7. Faites la distinction entre ce qui vous détend et ce qui vous énerve.
8. Faites attention à vous et accordez-vous de petites récompenses.
9. Apprenez à rire de vous-même.
10. Développez vos aptitudes sportives ou artistiques.
11. Prenez des cours ou assistez à des colloques.
12. Faites le nécessaire pour atteindre vos objectifs.

Remarque : Ce n'est pas ce qui vous arrive qui importe mais plutôt la façon dont vous y réagissez.

ACTIVITÉ C-6 : Confrontons le racisme

D
U
R
É
E



1-3 heures

BUT

Une discussion dirigée et des jeux de rôle aident les élèves à développer les compétences qui leur permettront de faire face aux manifestations du racisme dans l'industrie touristique.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ identifier les obstacles au comportement assuré :
 - peur des représailles
 - culture
 - sexe
 - âge
 - situation sociale
 - antécédents familiaux
- ▶ souligner les stratégies à employer vis-à-vis de comportements inacceptables en milieu de travail

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ discussion dirigée
- ▶ jeux de rôles
- ▶ rédaction de journal

MATÉRIEL

- ▶ feuilles de travail (ci-jointes)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ évaluation des jeux de rôle par l'élève, les pairs et l'enseignant
- ▶ examen des journaux des élèves; vérifier si ces derniers sont conscients de ce qu'ils ont appris et s'ils sauront le mettre en pratique

ÉTAPES

1. Demandez aux élèves d'écrire sur un bout de papier des énoncés racistes qu'ils ont déjà entendus. Il importe de souligner qu'on ne suppose pas au départ que l'énoncé est vrai et que personne dans la classe n'y adhère, mais qu'il sert seulement à prouver un point. Il faut que la confiance et le respect règnent dans votre classe pour que l'activité réussisse. Ne faites pas cette activité si vous avez des raisons de croire que certains élèves risquent d'être blessés ou qu'elle risque d'augmenter la tension raciale.
2. Choisissez un ou plusieurs des énoncés présentés et discutez-les en classe :
 - ▲ Comment l'idée est-elle née?
 - ▲ Quel est le message sous-jacent?
 - ▲ Qu'est-ce qui se produirait si tout le monde croyait en cet énoncé?
Arrêtez-vous longuement sur les causes du racisme (méconnaissance, peur de l'inconnu) en utilisant les énoncés comme point de départ.
3. Expliquez aux élèves comment l'idéologie raciste s'intensifie lorsqu'on ne proteste pas devant des énoncés comme ceux qui ont été proposés. En guise de geste symbolique, détruisez ou demandez aux élèves de détruire les bouts de papier.
4. Distribuez *Examen du racisme*. Laissez aux élèves le temps de le lire puis parcourez-le avec la classe et répondez aux questions des élèves.
5. Divisez la classe en trois groupes et distribuez les scénarios des jeux de rôle. Chaque groupe doit choisir un scénario et préparer deux réponses à la situation : une réponse inefficace (ignorer, se mettre en colère, faire la morale) et une réponse efficace.
6. Les élèves présentent les jeux de rôle devant la classe. Faire une plénière à la suite de chacun.
7. Les élèves inscrivent leurs réflexions dans leur journal :
 - ▲ Mes sentiments sur le rôle que j'ai joué.
 - ▲ Les situations m'étaient-elles familières. De quelle façon?
 - ▲ Ce que l'expérience m'a appris sur le racisme.
 - ▲ L'utilité de cette information pour mon travail dans l'industrie touristique.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▲ Les élèves rédigent leur propre scénario de jeu de rôle en milieu touristique fondé sur leur expérience personnelle et sur des anecdotes qu'ils ont entendues.

EXAMEN DU RACISME

Il existe un grand nombre de types et situations de racisme, entres autres, le traitement insensible, le postulat raciste (positif ou négatif) et les blagues ou le dénigrement racistes.

Généralement, les gens réagissent au racisme selon une des façons suivantes :

- ▶ Prétendent qu'ils n'ont rien entendu : ils sont embarrassés et ne savent pas comment réagir. Cette absence de réaction perpétue le racisme et ses blessures.
- ▶ Se mettent en colère : ils risquent alors de se faire dire qu'ils n'ont pas le sens de l'humour, qu'ils sont trop sensibles ou qu'ils veulent absolument être «politiquement corrects».
- ▶ Essaient de faire la morale à la personne et de lui expliquer le mal qu'elle a fait : l'interlocuteur devient défensif et se retranche encore plus dans son attitude raciste.

Aucune de ces réactions n'atteint vraiment le coeur du problème.

La réaction la plus efficace et la meilleure façon de changer la situation consistent à éviter de pousser la personne en situation de défense tout en l'amenant à examiner l'effet de ses paroles. Bien souvent, les gens ont peur de ceux qui ne leur ressemblent pas parce qu'ils ne les connaissent pas; ils ne pensent pas toujours que leurs paroles peuvent être blessantes. On peut vraiment améliorer une situation de ce genre en utilisant des techniques de valorisation des convictions personnelles et des questions ouvertes. Les gens changent rarement sur-le-champ et ils ont également besoin de sauver la face, mais en exprimant vos convictions personnelles dans les cas de racisme, vous apportez votre contribution à sa diminution.

SCÉNARIOS DE JEUX DE RÔLES

1. Une élève effectue un stage d'une semaine à la réception d'un hôtel. Elle est très heureuse de l'occasion qui s'offre à elle et envisage avec beaucoup d'enthousiasme la venue de son stage. Le premier jour, on lui présente le responsable de sa formation, un jeune débutant. Le directeur lui dit : «Normalement, les stagiaires sont formés par le directeur adjoint mais comme vous êtes musulmane et qu'il est juif, j'ai pensé que ça ne fonctionnerait pas.»
2. Les employés d'un restaurant sirotent tranquillement leur café après l'affluence du midi. Les membres du groupe représentent des ethnies différentes et s'entendent très bien. Une personne lance une blague raciste visant une minorité. La plupart des autres rient mais quelques-uns semblent embarrassés. Un des membres du groupe, marié à une personne de l'ethnie visée, ne dit rien.
3. À titre de guide touristique au service d'une entreprise importante, vous dirigez un groupe de touristes japonais pour la première fois. Vous constatez qu'ils s'intéressent vivement aux Premières Nations qui vivent dans la région mais vous n'êtes pas en mesure de répondre à leurs questions sur l'histoire et la culture du groupe. Pour masquer votre faiblesse, vous mettez à raconter longuement l'histoire du jeune indien qui était dans votre classe au primaire et qui a obtenu un diplôme universitaire avant de lancer sa propre entreprise touristique. Vous espérez que l'anecdote fera mentir certains clichés concernant les Premières Nations.



ACTIVITÉ C-7: La communication interculturelle

D
U
R
É
E



1-2 heures plus recherche en dehors de la classe

BUT

Cette activité permet aux élèves d'explorer et de découvrir leur propre patrimoine culturel et celui de leurs camarades. Elle les amène à développer leur connaissance d'eux-mêmes et des autres, ce qui les aidera à communiquer plus facilement dans le monde du travail et de l'industrie touristique.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ reconnaître ses préjugés et les effets qu'ils ont sur la communication et le service
 - contact avec les yeux
 - temps
 - bonnes manières / protocole
 - honnêteté / franchise
 - attentes en matière de service
- ▶ mettre en scène les différences culturelles relatives à la communication sociale :
 - sujets de conversation
 - humour
 - espace personnel
 - langage corporel
 - toucher
- ▶ comparer les coutumes, les moeurs sociales, les styles de service, les pratiques sociales, l'habillement, les pratiques religieuses, les valeurs et les normes de plusieurs cultures

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ apprentissage individuel autonome
- ▶ exposé oral
- ▶ rédaction de journal

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ évaluation de l'exposé oral par l'élève et ses pairs
- ▶ recueillir les rapports de recherche des élèves et vérifier s'ils sont capables de cerner les éléments culturels importants et présentant un intérêt touristique; examiner la documentation présentée (cartes, photos, objets)

Barème de notation suggéré :

Carte indiquant la position du pays	5
Images / photos / objets	15
Contenu	10
Techniques de présentation orale (voix claire, confiance, etc.)	10
Impression générale	10

MATÉRIEL

ÉTAPES

1. Chaque élève apporte en classe un objet représentatif de son héritage culturel. Après que chacun a raconté une anecdote ou une histoire sur l'objet, les autres pratiquent l'art de la conversation en posant des questions et en émettant des commentaires.

2. Les élèves effectuent une recherche préparatoire à un exposé oral sur leur pays d'origine (les élèves dont les origines sont multiples peuvent parler du pays de leur choix). Au cours suivant, les élèves présentent un exposé de 5 à 10 minutes qui doit couvrir les points ci-dessous :
 - ▶ géographie et climat de la région
 - ▶ ce que les touristes viennent y voir
 - ▶ renseignements nécessaires aux touristes avant leur départ
 - ▶ population : religion, coutumes, festivals, différentes ethnies, langues parlées, etc.
 - ▶ toute autre information pertinente
 - ▶ photos ou objets à l'appui de l'exposé

3. Les rapports des élèves doivent situer le pays sur une carte, présenter si possible des illustrations provenant de livres ou des photos et contenir les renseignements mentionnés ci-dessus.

4. Les élèves consignent dans leur journal des réflexions sur ce que le travail leur a permis d'apprendre sur eux-mêmes et sur leurs camarades.

ACTIVITÉ C-8 : La planification d'un voyage à l'étranger

D
U
R
É
E



2 heures en classe; 3 semaines de recherche individuelle

BUT

Par la recherche et l'enquête, les élèves rédigent un rapport et exposent oralement leurs découvertes sur les voyages à l'étranger ainsi que sur les us et coutumes de la destination retenue.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ comparer les coutumes, les styles de service, les moeurs, l'habillement, les pratiques religieuses, les valeurs et les normes de plusieurs cultures
- ▶ réunir l'information et la documentation nécessaires aux voyageurs internationaux :
 - renseignements sur la destination (langue, climat, décalage horaire)
 - passeports, visas et autres documents
 - immunisation
 - risques pour la santé
- ▶ connaître les principales destinations touristiques des différentes régions du globe

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ apprentissage individuel autonome pendant la recherche, l'accumulation des renseignements et de la documentation sur les voyages à l'étranger et pendant leur présentation
- ▶ visite d'études dans une agence de voyage et /ou au consulat d'un pays étranger en vue d'obtenir des renseignements particuliers sur la destination choisie

MATÉRIEL

- ▶ bibliothèque
- ▶ atlas et encyclopédies imprimés, en ligne ou sur CD-ROM
- ▶ brochures de voyage
- ▶ agences de voyage
- ▶ papier-atlas et stylos
- ▶ feuilles de travail (ci-jointes)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ évaluation de l'exposé par l'élève et par ses pairs
- ▶ examen des travaux écrits; vérifier si les élèves ont respecté les critères établis (on pourra utiliser les critères indiqués dans la feuille Critères d'évaluation remise aux élèves ou de critères établis conjointement avec ces derniers)
- ▶ observation des exposés des élèves et évaluation en fonction des critères établis de concert avec les élèves

ÉTAPES

1. Déterminez la méthode de sélection du pays (enseignant ou élève). Préparez-vous à guider les élèves dans la collecte des renseignements concernant les pays choisis.
2. Distribuez la documentation aux élèves et examinez les étapes du travail avec eux.
3. Durant les exposés, sollicitez les commentaires et les questions.

LA PLANIFICATION D'UN VOYAGE À L'ÉTRANGER

Grandes lignes du travail

Vous devez prévoir des vacances de 3 semaines en _____ (pays) en mai 199___. Vous avez comme tâche d'examiner la préparation nécessaire à ce voyage, les documents à rassembler et le transport; vous devez également vous renseigner sur la culture, les coutumes, la géographie et les attractions touristiques de la destination.



Le travail se divise en deux parties : rapport écrit et exposé oral.

Rapport écrit

Votre rapport écrit doit inclure tous les renseignements ci-dessous. Regroupez toute l'information et les documents nécessaires dans un classeur ou portfolio. N'oubliez pas d'inclure dans votre rapport des images, des cartes et tout document visuel pertinent.

Renseignements généraux

- ▶ Situation de la destination : situez le pays de destination, nommez les pays avoisinants et donnez des renseignements sur la température et le climat en mai, le relief et les conditions de vie.
- ▶ Transport : expliquez comment se rendre dans le pays à partir de la Colombie-Britannique. Donnez le nom de la compagnie aérienne, les escales et indiquez le prix d'un aller-retour pour adulte. Parlez des moyens de transport à l'intérieur du pays.
- ▶ Langues parlées : mentionnez brièvement les langues parlées dans le pays.
- ▶ Culture et coutumes : décrivez les coutumes particulières, les valeurs culturelles, l'étiquette, la religion; parlez des tabous culturels que tout visiteur devrait connaître avant de franchir les frontières du pays.
- ▶ Devise et taux de change : nommez la devise qui a cours, donnez le taux de change et expliquez le système monétaire. Expliquez sous quelle forme vous emmènerez votre argent, le type de chèques de voyage que vous utiliserez et la quantité d'argent que vous emporterez.
- ▶ Trois villes : choisissez trois villes ou régions à visiter. Expliquez comment se rendre de l'une à l'autre. Donnez une description générale de chaque ville ou région sans en oublier les attractions touristiques.
- ▶ Vêtements nécessaires : expliquez le type de vêtements dont vous aurez besoin et établissez une liste d'articles que vous jugez nécessaires de façon à assurer votre confort et votre sécurité tout au long du voyage.
- ▶ Agence de voyage : visitez une agence de voyage où l'on connaît bien votre pays de destination. Donnez le nom, l'adresse, le numéro de téléphone de l'agence et prenez-y l'information qui vous aidera à planifier votre voyage et à préparer votre exposé.
- ▶ Consulat étranger : visitez le consulat de votre pays de destination ou écrivez-lui en vue d'obtenir des renseignements appropriés pour votre rapport. Faites figurer l'adresse du consulat dans votre rapport.
- ▶ Bibliographie : servez-vous de la formule appropriée pour dresser la liste des documents que vous avez utilisés dans la préparation de votre rapport écrit et de votre exposé oral.

Documents de voyage

- ▶ Passeport : procurez-vous un formulaire de demande de passeport. Mentionnez le coût d'un passeport et les documents à fournir pour l'obtenir.
- ▶ Visa : vérifiez si votre pays de destination exige la production d'un visa. Si oui, expliquez comment on peut l'obtenir, les renseignements à fournir et le temps nécessaire à sa délivrance. Vérifiez si d'autres visas sont requis.
- ▶ Carte d'auberge de jeunesse : expliquez l'utilité d'une carte d'auberge de jeunesse, comment se la procurer et son coût.
- ▶ Certificat de santé : adressez-vous à un bureau de santé à cet égard. Expliquez les types d'immunisation dont vous avez besoin et les délais nécessaires entre la vaccination et la date de départ. Énumérez toute autre information indispensable et pertinente à la destination choisie et tout médicament à emporter pour assurer votre sécurité, votre confort et votre bien-être durant le voyage.
- ▶ Permis de conduire international : expliquez comment se procurer ce document, son coût, son utilité et ses limitations. N'oubliez pas de vérifier l'âge minimum pour conduire une voiture dans le pays de destination.
- ▶ Assurance-maladie : procurez-vous une copie d'une brochure d'assurance maladie et expliquez la couverture et les limites de la police d'assurance. Donnez-en le coût pour la durée du voyage.
- ▶ Assurance-annulation : renseignez-vous sur les possibilités de souscrire à cette assurance. Expliquez-en l'utilité, les restrictions et donnez-en le coût.
- ▶ Chèques de voyage : quel type de chèques de voyage devriez-vous vous procurer pour la destination? Expliquez les précautions à prendre à l'égard des chèques.
- ▶ Sécurité des documents : quels sont les documents dont vous devriez emporter des copies? Lesquels ne devez-vous jamais perdre de vue? Expliquez de quelle façon vous emporterez vos documents importants.

Exposé oral

L'exposé oral doit durer environ 10-15 minutes et couvrir les points suivants :

- ▶ indication de la destination sur une carte du monde et tout escale que vous ferez en cours de route en partant de la Colombie-Britannique
- ▶ présentation d'une affiche contenant des images du pays et des villes que vous visiterez, y compris une carte du pays où l'itinéraire emprunté sera surligné ainsi que toute autre document visuel rehaussant la présentation
- ▶ utilisation de détails tirés de votre rapport écrit décrivant le pays, la culture et les attractions touristiques de chaque ville que vous visiterez, la devise, les traditions culturelles, etc.
- ▶ description des mets du pays et brefs commentaires sur les habitudes alimentaires
- ▶ indication des principaux documents, des certificats de santé et des vêtements nécessaires

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Rapport écrit

Français (orthographe, grammaire) 5

Bibliographie (présentation appropriée) 5

Éléments bien approfondis

- renseignements généraux 60

- documents de voyage 25

Présentation (index, page titre 5
illustrations, propreté, ordre)

Exposé oral

(chaque élément est noté sur cinq)

- ▶ techniques de présentation orale : voix claire et bien projetée, contact visuel, communication avec l'auditoire
- ▶ situation du pays de destination sur une carte, trajet et escales
- ▶ affiche avec images de la destination et des villes à visiter et autres aides visuelles y compris l'indication de l'itinéraire sur une carte
- ▶ renseignements sur les coutumes, les valeurs culturelles et religieuses du pays de destination
- ▶ description des villes ou régions choisies, de la situation et des attractions de chacune
- ▶ renseignements sur la devise du pays, le taux de change et toutes précautions à prendre concernant l'argent
- ▶ énumération des vêtements appropriés à la destination
- ▶ description des habitudes alimentaires et des mets du pays
- ▶ renseignements sur les documents nécessaires au voyage (visas, certificats de santé, etc.)
- ▶ impression générale, efforts et assurance

ACTIVITÉ C-9: L'entrepreneuriat

D
U
R
É
E



3-4 heures

BUT

Les élèves examinent les qualités associées à l'entrepreneuriat en eux-mêmes et chez les autres.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ analyser les caractéristiques de l'esprit d'entreprise
- ▶ établir les risques et les avantages de l'entrepreneuriat
- ▶ évaluer l'intérêt et les aptitudes personnels en matière d'entrepreneuriat

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ apprentissage individuel et autonome
- ▶ apprentissage coopératif (exposés de groupe)
- ▶ conférencier invité
- ▶ rédaction de journal

MATÉRIEL

- ▶ exemplaires de plans d'entreprise à obtenir auprès de banques, de la chambre de commerce locale ou d'un centre d'entreprises
- ▶ feuille de travail (ci-jointe)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ observer la participation des élèves au sein des groupes et dans les débats
- ▶ recueillir les recherches sur les entrepreneurs et les ébauches de plans d'entreprise et en évaluer le contenu et l'organisation
- ▶ recueillir les journaux des élèves et évaluer leur capacité de cerner leurs propres forces et faiblesses à l'égard de l'entrepreneuriat

ÉTAPES

Le contenu de la présente leçon devrait se concentrer le plus possible sur des éléments locaux.

1. Préparation : organisez l'accès à la bibliothèque en ce qui a trait à la recherche. Invitez une personne d'affaires de la région à donner une conférence (la chambre de commerce pourra s'avérer utile à cet effet). Procurez-vous des plans d'entreprises à des fins d'illustration.
2. Les élèves se répartissent en groupes de 3 à 5 personnes et débattent les questions suivantes :
 - ▲ Quelle proportion de vos activités scolaires ou d'apprentissage habituelles est consacrée à la recherche et à l'apprentissage des «bonnes réponses»?
 - ▲ Quels résultats obtenez-vous au niveau du «pourcentage de réponses correctes»?
 - ▲ Quel est l'effet, s'il y a lieu, de ce processus sur votre créativité et votre désir de rechercher une «nouvelle» ou une «meilleure» réponse?
 - ▲ Quelle est l'effet de ce processus sur la confiance des élèves?
3. En session plénière, discuter de l'utilisation des interrogations et des tests comme méthode d'évaluation du «pourcentage de réponses correctes» et de toute autre méthode possible de récompense des approches innovatrices plutôt que de concentrer l'attention sur le produit.
4. Photocopiez et distribuez la documentation appropriée. En groupes, les élèves étudient la définition et effectuent l'exercice connexe.
5. Chaque groupe présente et justifie ses réponses.
6. Les groupes consultent la bibliothèque et relèvent le nom d'au moins cinq entrepreneurs canadiens. Ils doivent établir la biographie de chacun et dégager les caractéristiques qui leur ont permis de réussir dans leur domaine respectif. (Cet exercice devrait démontrer aux élèves que «l'échec» est une étape d'apprentissage nécessaire et non la «fin».) Les groupes se préparent à présenter à la classe au moins une des personnes étudiées.
7. Les élèves rédigent leur journal et inscrivent leurs réflexions concernant leur apprentissage et l'évaluation de leurs propres aptitudes à l'entrepreneuriat.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▲ Chaque élève prépare un plan pour l'entreprise de son choix. Il peut s'agir d'une collecte de fonds pour la cérémonie de remise des diplômes ou d'une entreprise qu'il aimerait effectivement mettre sur pied avant ou après la fin de ses études secondaires.
- ▲ Invitation d'un conférencier qui discutera des ébauches de plans d'entreprise et des facteurs de succès d'une entreprise.

L'ENTREPRENEURIA T

L'entrepreneuriat est une question de PERSPECTIVE. En d'autres termes, c'est une façon différente de voir les choses, un mode de pensée et d'agir inhabituel. L'entrepreneuriat suppose presque toujours l'innovation ou la créativité.

Veillez compléter l'acrostiche suivant formé des lettres du mot ENTREPRENEURIA T. Pour chaque lettre, trouvez un mot ou un énoncé décrivant l'entrepreneur qui réussit dans ses projets.

E
N
T
R
E
P
R
E
N
E
U
R
I
A
T

ACTIVITÉ C-10: Destination Canada

D
U
R
É
E



4 heures en classe; deux semaines de recherche individuelle; exposé en classe. (L'activité nécessitant une correspondance avec les bureaux d'information touristique provinciaux, il faut prévoir les délais de réponse et compléter l'activité par étapes.)

BUT

Les élèves tirent profit de leur recherche, des techniques d'entrevue et de l'apprentissage coopératif pour rédiger un rapport et préparer un exposé portant sur les attractions touristiques du Canada et faisant ressortir les connaissances, les compétences et les attitudes nécessaires à la planification de vacances au Canada.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▲ fournir de l'information touristique au moyen de cartes et de guides d'hébergement
- ▲ interpréter les horaires de transport et le système horaire de 24 heures
- ▲ participer à la planification d'un itinéraire de voyage pertinent
- ▲ interpréter les brochures qui portent sur les parcs provinciaux, nationaux et historiques
- ▲ recueillir des renseignements auprès des sources appropriées sur :
 - les parcs provinciaux, nationaux et historiques
 - les règlements de pêche et de chasse
 - les manifestations et les attractions touristiques
 - les activités récréatives
- le réseau routier, le transport et l'hébergement
- relever les principales destinations touristiques du Canada
- ▲ apprécier la valeur touristique du Canada :
 - histoire
 - géographie
 - attractions
 - manifestations
 - histoire et culture des Premières Nations
 - diversité culturelle
- ▲ connaître les principales destinations touristiques au Canada
- ▲ manifester sa compréhension et son appréciation de la culture et des traditions des Premières Nations de la C.-B.

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▲ apprentissage coopératif pour la planification, la recherche et la présentation du travail
- ▲ apprentissage individuel autonome dans la recherche d'information, la rédaction d'un rapport et la préparation d'un exposé
- ▲ entrevue : personnel scolaire, parents et amis afin de recueillir des faits, des impressions et des renseignements de base
- ▲ exposition des affiches créées par les groupes représentant les provinces canadiennes
- ▲ utilisation de la technologie (consultation d'encyclopédies en ligne et visionnement de vidéos)

MATÉRIEL

- ▲ bibliothèques
- ▲ atlas et encyclopédies imprimés, en ligne et sur CD-ROM
- ▲ brochures de voyage
- ▲ vidéos
- ▲ agences de voyage
- ▲ papier-atlas et stylos
- ▲ feuilles de travail (ci-jointes)

MESURE ET ÉVALUATION



- ▲ évaluation des travaux et des exposés par les auteurs et leurs pairs
- ▲ recueillir les journaux des élèves pour y vérifier le respect des critères (tel que fournis dans la documentation distribuée ou établis conjointement avec les élèves)
- ▲ observer les exposés des élèves et les évaluer à l'aide des critères établis conjointement avec les élèves

ÉTAPES

1. Les élèves se divisent en groupes de trois et choisissent la province ou le territoire qu'ils veulent étudier (excepté la Colombie-Britannique).
2. Distribuez la documentation. Présentez le projet de recherche et demandez aux élèves de se répartir les différentes tâches entre eux. (À moins que d'autres sources d'information soient disponibles, comme la *British Columbia Automobile Association*, les élèves ne pourront poursuivre l'activité avant d'avoir reçu l'information nécessaire des différents bureaux touristiques provinciaux).
3. Les groupes présentent leurs affiches, leurs brochures et les résultats de leur recherche à toute la classe.
4. Exposition : en groupes, les élèves examinent les affiches présentées et discutent des points suivants :
 - ▲ quels sont les endroits de cette province qui témoignent de l'histoire canadienne?
 - ▲ quelles sont les ressources naturelles de cette province qui font d'elle un centre d'attraction touristique?Les groupes inscrivent leurs réponses sur du papier-atlas au moyen de stylos de couleur. Il convient de ne pas inscrire deux fois un même élément.
5. Organisez une discussion plénière autour des questions posées sur chacune des affiches.

DESTINATION CANADA

Grandes lignes du travail

1. Chaque groupe choisit la province canadienne ou le territoire qu'il souhaite étudier (la Colombie-Britannique ne compte pas). À la bibliothèque scolaire ou municipale, procurez-vous des livres et des articles, regardez des vidéos ou consultez l'autoroute de l'information et les encyclopédies en ligne à la recherche de renseignements sur le sujet.

2. Répartissez les tâches ci-dessous entre les membres du groupe :
 - lettre de demande d'information : demandez des renseignements au bureau touristique provincial concerné (voir la liste ci-jointe). Demandez une carte de la province, des guides de voyage, des guides d'hébergement et toute autre information nécessaire à la planification de vacances dans la province retenue. N'oubliez pas non plus de demander des dépliants sur les grandes villes de cette province.
 - Moyens de transport : examinez trois moyens de transport possibles à partir de la Colombie-Britannique (autres que l'automobile). Étudiez-en le coût, le nom des entreprises qui assurent le service et le temps nécessaire au voyage aller-retour. Quel est le décalage horaire entre cette province et la C.-B.?
 - Bibliographie : donnez, dans l'ordre approprié, la listes des ressources documentaires que le groupe a utilisées pour préparer son rapport écrit et ses exposés.
3. Dès réception de la documentation commandée, choisissez trois villes ou régions que vous aimeriez visiter. Examinez les activités culturelles et récréatives, les manifestations spéciales et les lieux historiques de chacune des régions choisies. Chaque élève est responsable de la recherche et de la présentation d'un rapport écrit et oral basé sur l'information recueillie et de la préparation d'un itinéraire.

4. Planifiez un itinéraire de 9 jours pour visiter les villes de la province que vous avez étudiées. Vous pouvez planifier la location d'une voiture ou choisir tout autre moyen de transport de la région. Indiquez le nom et l'adresse de vos lieux de séjour et d'au moins trois restaurants où vous aimeriez dîner. Utilisez le modèle ci-dessous en guise de référence.
5. Réunir dans le rapport écrit tous les renseignements recueillis, y compris l'itinéraire établi par chacun des élèves. Structurez le rapport en fonction des modalités prévues dans le guide d'évaluation.
6. En groupe, créez une affiche à partir des images rassemblées durant la phase de recherche afin d'illustrer les attraits touristiques de la province choisie.

6. En groupe, créez une affiche à partir des images rassemblées durant la phase de recherche afin d'illustrer les attraits touristiques de la province choisie.
7. En groupe, présentez un exposé à toute la classe dans lequel vous donnez l'itinéraire du voyage et décrivez les traits saillants de la destination choisie. Pour rehausser votre présentation, utilisez l'affiche, les images, les cartes et les brochures que vous avez obtenues.

Itinéraire type

1^{er} jour

- 6 h 30 Départ de l'aéroport international de Vancouver
- 13 h 30 Arrivée à l'aéroport d'Ottawa
- 14 h 20 Arrivée à l'hôtel Château Laurier I, rue Rideau, Ottawa (Ontario)
- 15 h Visite à pied de la promenade Sussex
- 16 h Visite de la Monnaie royale canadienne
- 17 h 30 Souper au restaurant Le Jardin, 127 rue York, Ottawa (Ontario)
- 20 h 30 Soirée dansante Chez Henri, Hull, Québec

2^e journée

- 8 h 30 Déjeuner à l'hôtel Château Laurier
- 10 h Relève de la Garde et visite des édifices du Parlement
- 13 h Dîner chez Domus, 269 rue Dalhousie
- 14 h Galerie nationale des arts
- 18 h Souper dansant au Bistro L'Arc-En-Ciel

3^e journée

- 9 h Déjeuner et magasinage dans la Basse-Ville et au marché By
- 13 h Promenade en bateau sur le canal Rideau
- 17 h 30 Souper chez Sants, 45 rue Rideau
- 19 h Ballet au Centre national des Arts

4^e journée

- 7 h 30 Départ à destination de Toronto sur Air Canada
- 8 h 30 Arrivée au Harbour Castle (hôtel Westin), Harbour Square, Toronto
- 10 h Magasinage au Eatons Centre
- 14 h 30 Magasinage au Underground City
- 17 h 30 Visite de la Tour du CN, Souper dansant au Sparkles Nightclub

5^e journée

- 9 h 30 Déjeuner et visite de Spadina
- 11 h Visite du marché Kensington
- 13 h Match de baseball au Sky Dome avec les Blue Jays
- 17 h Voyage en métro jusqu'à la rue Yonge, visite des bistros, de boîtes de jazz et souper au Earl's Tin Palace

BUREAUX DE TOURISME PROVINCIAUX

Alberta

Alberta Tourism
3rd floor, City Centre Building
10155 102nd St.
Edmonton, Alberta
T5J 4L6
800-661-8888

Île-du-Prince-Édouard

P.E.I. Department of Tourism, Parks and Recreation
Visitors Services Division
P.O. Box 940
Charlottetown, Î.-P.-É.
CIA 7M5
800-565-0267

Manitoba

Voyage Manitoba
Dept 20, 7^e étage
155, rue Carlton
Winnipeg, Manitoba
R3C 3H8
800-665-0040

Nouveau-Brunswick

Tourisme Nouveau-Brunswick
C.P. 12345
Fredericton, N.-B.
E3B 5C3
800-561-0123

Nouvelle-Écosse

N.S. Department of Tourism and Culture
P.O.Box 456
Halifax, N.-É.
B3J 2R5
800-565-0000

Ontario

Ontario Travel
Queen's Park
Toronto, Ontario
M7A 2R9
800-668-2746

Québec

Tourisme Québec
C. P. 20 000
Québec (Québec)
GIK 7X2
800-363-7777

Saskatchewan

Tourism Saskatchewan
1919 Saskatchewan Dr.
Regina, Saskatchewan
S4P 3V7
800-667-7191

Terre-Neuve et Labrador

NFD Department of Tourism and Culture
P.O. Box 8730
St. John's, Terre-Neuve
A1B 4K2
800-563-6353

Territoires du Nord-Ouest

Northwest Territories Tourism
P.O. BOX 1320
Yellowknife, T.N.-O.
X1A 2L9
800-661-0788

Yukon

Tourism Yukon
P.O. Box 2703
Whitehorse, Yukon
Y1A 2C6
403-667-5340

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Chaque élève du groupe est responsable du contenu suivant :

<p>Description de la destination 25</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ attractions, manifestations, activités culturelles et récréatives qui rendent les trois villes choisies attirantes pour les visiteurs ▶ brève description de la situation de ces villes dans la province ▶ détails des moyens de transport utilisés entre les villes ▶ distances entre les villes et numéros des routes, vols, etc. 		<p>Participation à la création de l'affiche 5</p> <p>Exposé oral 10</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ exposé clair, structuré et étoffé ▶ utilisation d'images, brochures et cartes <p>Rapport écrit 10</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ page titre et index; complet, bien organisé et convenablement présenté ▶ grammaire et orthographe
<p>Nourriture et hébergement 5</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ nom et adresse de trois restaurants ▶ nom et adresse des établissements d'hébergement ▶ coût approximatif de l'hébergement 		<p>Évaluation du travail de groupe 25</p> <p>(chaque membre du groupe s'évalue et évalue ses camarades; la note finale de l'élève sera la moyenne de toutes les notes accordées)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ assiduité ▶ participation ▶ effort ▶ qualité ▶ dynamique de groupe
<p>Itinéraire 10</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ plan détaillé de trois journées citant l'heure et le type d'activité ainsi que le nom des endroits visités, des restaurants et des hôtels 		
<p>Un des éléments ci-dessous 10</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Lettre de demande de renseignements (belle présentation, sans fautes de grammaire et dans les délais) ▶ Moyens de transport (nom de la compagnie, coût aller-retour, durée, sans oublier le moyen de transport utilisé à l'intérieur de la province) ▶ bibliographie : énumération, selon le format établi, des documents consultés 		<p>Total 100</p>

ACTIVITÉ C-11: Le dossier médiatique

D
U
R
É
E



3 heures de cours

BUT

Une des façons de démontrer le dynamisme du tourisme est de sensibiliser les élèves aux enjeux relatifs à ce secteur de l'économie. La constitution d'un dossier médiatique aide l'élève à réaliser l'omniprésence des questions touristiques et l'importance d'une information à jour pour être en mesure de prendre des décisions éclairées.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ rechercher l'effet des événements mondiaux sur les marchés touristiques
- ▶ saisir l'importance de l'apprentissage continu chez les professionnels du tourisme
- ▶ imaginer des situations qui pourraient réduire les voyages touristiques et le tourisme
- ▶ relever les tendances qui pourraient influencer sur le tourisme des années à venir

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ portfolios
- ▶ apprentissage individuel autonome

MATÉRIEL

- ▶ journaux, revue, bulletins, etc. (Westworld, Canadian Geographic, National Geographic, section des voyages des journaux provinciaux et nationaux et des revues — vous pourriez demander aux élèves de se les procurer)
- ▶ la section *Utilisation et analyse des médias* de la partie 3 du présent guide présente des renseignements supplémentaires sur l'utilisation des médias en classe
- ▶ feuilles de travail (ci-jointes)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ recueillir les portfolios et les rapports écrits des élèves et vérifier l'évaluation qu'ils font des enjeux qu'ils y présentent
- ▶ évaluer les exposés des élèves au moyen de la liste de contrôle établie en vertu des critères fixés conjointement avec les élèves

ÉTAPES

1. Préparation : passez en revue la documentation à distribuer pour déterminer celle qui sera utilisée par les élèves.
2. En classe, faites une session de remue-méninges sur les enjeux touristiques qui pourraient faire l'objet de reportages médiatiques. En plus de traiter des destinations, des établissements d'hébergement, on pourrait inclure :
 - ▶ le terrorisme et la sécurité
 - ▶ les effets du tourisme sur l'économie locale
 - ▶ les destinations «à la mode»
 - ▶ les conseils de voyage
 - ▶ la nouvelle technologie du transport
 - ▶ les questions écologiques
3. Présentez le projet de travail : pour se tenir au courant, les élèves qui étudient le tourisme devraient toujours être à la recherche d'articles et de nouvelles portant sur ce sujet. Pour la durée du cours, les élèves devraient recueillir des articles de nouvelles reliées directement ou indirectement au tourisme et les classer dans des classeurs, dans un album, un portfolio, etc. Les élèves devraient consulter une large gamme de médias, notamment :
 - ▶ les imprimés : revues, journaux, bulletins
 - ▶ les médias de diffusion : radio et télévision

Les nouvelles imprimées devraient être découpées et placées dans un portfolio ou des classeurs. Les nouvelles tirées d'émissions de radio ou de télévision doivent être documentées soigneusement par les élèves (ne pas oublier de relever le réseau, la date et l'heure de l'émission). Les annonces publicitaires ou les compte rendus peuvent être conservés dans un dossier à part.
4. Distribuez aux élèves la documentation qui leur permettra d'évaluer les articles de médias qu'ils ont recueillis.
5. En guise d'activité de conclusion, les élèves devraient préparer un rapport écrit et oral reposant sur une ou plusieurs questions relatives à la documentation recueillie ou sur la question du traitement médiatique du tourisme (p. ex. : de quelle façon les médias traitent-ils l'information touristique? Comment le traitement médiatique se compare-t-il à celui des autres questions?).

DOSSIER MÉDIATIQUE

Analyse

Votre analyse médiatique doit comprendre les éléments suivants :

- ▶ titre de la nouvelle ou du compte rendu
- ▶ date et source de l'information
- ▶ secteur touristique en cause
- ▶ résumé des points saillants
- ▶ vos commentaires sur les points suivants :
 - incidence de cette nouvelle sur l'industrie touristique en Colombie-Britannique, au Canada et dans le monde
 - l'utilité de cette information pour vous, à titre d'employé
 - l'utilité de cette information pour une entreprise touristique
 - l'article (la nouvelle) est-il tendancieux?
 - vos commentaires sur le mode de présentation

Évaluation

L'évaluation de votre travail portera sur l'effort fourni, l'analyse et la portée des sujets. Le dossier que vous avez constitué sera également évalué avant la fin de chaque trimestre et vous recevrez une note pour la période en question. Vous devrez avoir recueilli huit documents couvrant chacun des huit secteurs de l'industrie touristique.

Chaque article devrait avoir sa propre page. S'il y a lieu, incluez l'article lui-même et d'autres documents à l'appui de votre information principale. Utilisez la feuille de notation ci-jointe pour mieux préparer votre dossier et n'oubliez pas de la remettre en même temps que celui-ci.

Veillez à bien gérer votre temps durant la constitution du dossier.

Votre nom : _____ Date de l'information : _____

Source de l'information : _____ Secteur : _____

Veillez joindre une feuille de notation par item d'information.

1. Information : _____
_____ (article de journal ou résumé d'émission de radio ou de télévision ci-joint)

2. Résumé de l'information :

3. Incidence de l'information sur le tourisme en Colombie-Britannique :

(a) Incidence sur le tourisme au Canada :

(b) Incidence sur le tourisme international :

4. Utilité de l'information pour une entreprise touristique :

5. Partialité de l'information, s'il y a lieu :

6. Commentaires supplémentaires :

PORTFOLIO D'ARTICLES DE JOURNAUX SUR LE TOURISME

Sources

Vous devrez consulter la section voyage du Vancouver Sun, du Vancouver Province et du Devoir, du Journal de Montréal ou de la Presse. Vous pouvez également utiliser des articles provenant d'autres journaux ou revues.

Présentation

Durant le trimestre, vous devrez recueillir 15 articles et rédiger pour chacun un court texte justifiant l'importance de l'article pour l'industrie touristique. Veuillez indiquer les dates de publication des coupures et les regrouper dans votre dossier médiatique pour qu'elles soient faciles à consulter.

Contenu

- ▶ cinq articles sur diverses destinations touristiques du monde
- ▶ trois articles donnant des conseils de voyage aux touristes dans le but d'améliorer leurs vacances
- ▶ quatre messages publicitaires d'entreprises annonçant des circuits touristiques
- ▶ un article de tourisme d'aventures
- ▶ deux articles de renseignements sur des compagnies aériennes, hôtels, congrès, croisières, restaurants et centres de villégiature

But

Vous sensibiliser davantage aux événements mondiaux, politiques et tendances qui influent sur l'industrie touristique.

Dossier médiatique

Nom : _____

Date d'échéance : _____

Note : _____

LE SECTEUR DES VOYAGES

Si vous travaillez au sein du secteur des voyages de l'industrie touristique, vous devez toujours être à la fine pointe de l'information pour bien servir vos clients. Il est de la plus haute importance que vos clients puissent faire un choix éclairé sur la destination nationale ou internationale qui conviendra le mieux à leurs goûts et à leur budget. Un client heureux vous reviendra et votre entreprise n'en sera que plus prospère.

Feuilletez des livres et des revues de voyage et consultez des articles de journaux pour obtenir de l'information sur les destinations suivantes. Cochez cinq pays de votre choix dans la liste ci-dessous.

- | | |
|-----------------|---------------------|
| _____ Pérou | _____ Thaïlande |
| _____ Allemagne | _____ Jamaïque |
| _____ Floride | _____ Mexique |
| _____ Égypte | _____ Costa Rica |
| _____ Turquie | _____ Autre : _____ |

Pour chacune des destinations, fournissez le plus de renseignements possibles sur les points suivants :

Villes à visiter : _____

Location de voiture recommandée ou non : _____

Capitales : _____

Cinq choses à faire ou à voir absolument : _____

Visas à obtenir (pour les citoyens canadiens) : _____

Vaccination : _____

Devise : _____

Tabous et différences culturelles : _____

Meilleure saison pour la visite : _____

Sécurité relative du pays : _____

Coût de la vie en relation avec celui du Canada : _____

Principales attractions : _____

Achats intéressants : _____

Température / climat : _____

Cuisine : _____

ANALYSE D'ANNONCES DE JOURNAL ET DE REVUE

La publicité du secteur touristique vise certains groupes et qu'elle incite à voyager.

Recueillez 5 annonces du secteur touristique et fixez chacune sur du papier blanc. Joignez à chacune la feuille d'évaluation ci-dessous.

Votre nom : _____ Source : _____

Date d'échéance : _____ Date de la source : _____

Produit annoncé : _____

1. Comment le produit annoncé attire-t-il l'attention du lecteur? _____

2. Répondez aux questions suivantes en fonction de l'auditoire-cible.

À quel groupe d'âge le produit s'adresse-t-il? _____

À quelle tranche de revenu? _____

À quelle classe sociale? _____

À quel sexe ou à quelle ethnie? _____

3. Quelles motivations offre-t-il aux voyageurs? _____

4. Autres renseignements intéressants : _____

ACTIVITÉ C-12 : Les études de cas



BUT

En utilisant des études de cas comme point de départ, les élèves analysent et apprennent à régler des questions complexes du domaine touristique.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ examiner les questions touchant le tourisme dans la collectivité :
 - emplois
 - gestion des ressources naturelles
 - pollution
- ▶ reconnaître la responsabilité de l'industrie touristique et du touriste du point de vue :
 - écologique
 - social
 - culturel
- ▶ mettre en oeuvre les stratégies visant à faciliter la résolution des problèmes touristiques locaux :
 - comprendre des points de vue variés
 - analyser les forces en présence
 - mettre sur pied un plan d'action
- ▶ examiner les questions touchant le tourisme dans la collectivité :
 - embellissement de la collectivité
 - congestion due à la circulation et à la population
 - commercialisation de la culture
 - participation des divers paliers du gouvernement
 - terrorisme / sécurité

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ études de cas
- ▶ rédaction de journal
- ▶ résolution coopérative de problèmes
- ▶ simulation (jeux de rôle sur une réunion de conseil municipal)

MATÉRIEL

- ▶ feuilles de travail (ci-jointes)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ recueillir les résumés des élèves
- ▶ recueillir les feuilles *Points de vue* et y vérifier la compréhension du sujet
- ▶ recueillir les profils de personnages
- ▶ observer la participation à la réunion du conseil municipal et la présentation des personnages
- ▶ recueillir les journaux des élèves et y rechercher des éléments d'autoévaluation

ÉTAPES

Remarque : les enseignants et les élèves peuvent choisir de faire une ou deux études de cas.

Étude de cas : Colombie-Britannique

1. Demandez aux élèves de lire l'étude de cas.
2. Distribuez les feuilles *Points de vue*. Organisez un remue-méninges collectif ou par petits groupes en vue de remplir les feuilles.
3. Reproduisez une réunion de conseil municipal. Déterminez les rôles ou laissez les élèves choisir. Voici quelques exemples :
 - ▲ travailleurs forestiers
 - ▲ ouvriers
 - ▲ cadres d'usines et de sociétés forestières
 - ▲ propriétaires et employés d'entreprises reliées au tourisme
 - ▲ représentants des Premières Nations
 - ▲ agents immobiliers
 - ▲ maire, conseillers, députés (provincial ou fédéral)
 - ▲ groupes environnementaux
 - ▲ habitants de la localité

Donnez suffisamment de temps aux élèves pour qu'ils puissent faire une recherche sur les opinions des personnages.

Le but de la réunion du conseil municipal est de parvenir à un consensus sur la mise au point d'une stratégie de développement durable en foresterie, pêche, aquaculture et tourisme qui tienne compte des avantages économiques, des préoccupations sociales et des conséquences esthétiques.

4. Débat : le consensus était-il possible? Pourquoi ou pourquoi pas?
5. Les élèves inscrivent dans leur journal ce qu'ils ont appris et les changements qu'ils ont remarqués dans leurs attitudes.

Étude de cas internationale

1. Demandez aux élèves de lire l'étude de cas à la maison. Les élèves devraient la résumer en une demi-page.
2. Divisez la classe en cinq groupes et confiez un personnage à chacun (Nathalie, Geneviève, Catherine, Luis, Martita). Chaque groupe établit le profil de son personnage compte tenu des renseignements de l'étude de cas et des déductions des élèves.
3. Un représentant de chaque groupe présente à la classe les conclusions auxquelles il est arrivé. Les autres groupes peuvent poser des questions auxquelles répondront le représentant du groupe appuyé par ses camarades.
4. Les élèves inscrivent dans leur journal leurs découvertes ainsi que leurs changements d'attitudes.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▲ Transformez la réunion du conseil en une réunion de groupe d'experts où les élèves défendent les différents points de vue.
- ▲ Demandez aux élèves de rédiger un compte rendu de la réunion pour le journal local.
- ▲ Invitez des représentants de la collectivité à présenter leurs opinions devant un groupe de réflexion, un groupe d'experts ou une simulation de réunion publique.

ÉTUDE DE CAS : COLOMBIE - BRITANNIQUE

Quand j'étais plus jeune, les histoires que mon grand-père racontait sur le vieux temps me laissaient souvent perplexe : d'après lui, il y avait tant de poissons qu'on pouvait marcher dessus pour atteindre l'autre extrémité du port! Allons donc! Mais il n'en demeurait pas moins mon grand-père : un colosse taciturne, plutôt bourru qui me protégeait des mauvais coups en m'enseignant les talents familiaux de la chasse et de la pêche. Ma grand-mère, elle, n'était rien de moins que merveilleuse. Elle cuisinait divinement et pouvait rire au point que tout son corps en frémissait. Elle a toujours cru que les combats de lutte à la télévision étaient réels.

Ma soeur aimait tendrement mon grand-père. Il l'encourageait toujours à se joindre à nous et la laissait travailler à bord quand elle avait le plus besoin d'exercice physique et d'être au grand air. Elle aimait aussi chèrement notre grand-mère : toutes deux pouvaient passer des heures en conversations animées entrecoupées d'éclats de rire contagieux.

Ils nous attendaient tous les deux au terminus d'autobus, souriants. Toujours les mêmes malgré le temps. Grand-père jeta nos bagages à l'arrière de sa camionnette que nous connaissions bien, celle qu'il avait achetée lorsqu'il avait vendu son bateau de pêche au gouvernement au moment du programme de rachat de licences de pêche.

«Les stocks de poissons sont menacés», avaient dit les représentants du gouvernement. Mon grand-père, lui, ne s'était jamais plaint; peut-être que mon père avait raison de dire que de toute façon, il était prêt à prendre sa retraite. À vrai dire, je n'avais jamais entendu mon grand-père se plaindre de quoi que ce soit; ma grand-mère non plus d'ailleurs.

En prêtant l'oreille, on entendait le grondement des scies mécaniques dans les bois environnants. Étaient-elles si proches? Impossible! Mais j'avais vu leurs traces de mes propres yeux, de la fenêtre de l'autobus en arrivant; des montagnes entières dépouillées de leur végétation. Enfin, c'est l'impression qu'on en gardait.

Un des passagers avait montré la scène à son voisin en disant que la coupe à blanc s'étendait jusqu'au bord de l'eau en certains endroits.

Par contre, la société forestière utilisait un nouvel équipement informatisé pour s'assurer de tirer le maximum de chaque tronc abattu. L'informatique permettait de couper la forêt selon un «système durable» qui ne causait pas de dommages permanents.

Mon grand-père m'observait.

«On dirait qu'ils s'approchent du ruisseau.»

«Oui, tu as raison.»

«Ils ne sortent pas les troncs d'arbres en les traînant le long du ruisseau? Ils risquent de détruire les zones de frai des saumons!»

Encore une fois, grand-père haussa les épaules : «Ils font ce qu'on leur dit de faire. Ils ont des familles à nourrir. En plus, ils utilisent beaucoup d'hélicoptères maintenant.»

En bas, le port grouillait d'activité. On préparait la pêche aux harengs. «Ça commence quand?»

Il esquissa un sourire, heureux de me voir reconnaître les signes annonçant le début de saison.

«Demain.»

«Combien de temps?»

«On ne sait jamais. Quelques heures. Quelques minutes.»

Ma grand-mère et ma soeur pénétraient dans le café de l'autre côté de la rue. Nous les suivîmes en silence. À la porte, une affiche annonçait une «réunion publique» plus tard dans la soirée.

«C'est pourquoi la réunion?» demandai-je.

«L'avenir!» me répondit-il en me tenant la porte d'entrée.

Le café avait changé. Les tables en formica avaient été remplacées par des dessus de table en bois et les murs étaient décorés de bois de grève. L'homme derrière le comptoir avait les cheveux attachés en queue de cheval et portait un anneau à l'oreille. La femme qui vint nous servir trimbalait son bébé dans un sac à dos. Comme avant, tout le monde connaissait tout le monde par son prénom mais je me suis demandé combien de temps ça allait encore durer avec la construction de nouvelles maisons dans les terrains déjà défrichés à l'entrée du village.

On poursuivit la conversation, question d'avoir des nouvelles fraîches de toute la famille. Grand-père quant à lui, s'était plutôt retiré; il souriait de temps en temps. À un moment donné, j'ai suivi son regard qui s'échappait : il regardait arriver un autobus plein de touristes bien mis qui s'arrêta devant la boutique d'artisanat amérindienne. J'ai demandé de qui il s'agissait.

C'est grand-mère qui m'a répondu. «Ils viennent observer les baleines.»

«Espèces de voyeurs», murmura ma soeur en colère. Nous nous sommes tournés vers elle et elle a ajouté : «Qu'est-ce que vous diriez si un groupe de touristes pénétraient chez vous au moment où vous vous préparez à faire l'amour? Parce que c'est ça qu'ils font; c'est pendant la saison des amours que les baleines sont les plus intéressantes à observer, paraît-il.»

Grand-mère regarda autour d'elle, un peu nerveuse. «Presque la moitié des gens d'ici gagnent leur vie grâce au tourisme.»

«Ça explique les déchets, dit ma soeur, et le fait qu'on ne trouve plus de poisson frais nulle part ici. J'ai vu une affiche dans une vitrine tantôt "Pas de poisson"! Imaginez, en plein village de pêcheurs!»

«Dans la vie, il faut faire des compromis», dit doucement mon grand-père.

«Les autochtones doivent être heureux, dis-je avec l'espoir de détendre l'atmosphère, tous ces clients intéressés par l'artisanat.»

«Certains des vieux s'inquiètent, dit ma grand-mère en buvant une gorgée de thé, ils trouvent que la production de masse ne convient pas à leur type d'artisanat.»

Il n'y avait pas grand chose à ajouter. Après un bref moment de silence, j'ai dit : «J'ai entendu aux nouvelles qu'ils sont sur le point de lancer leurs revendications territoriales.»

«Oui.»

Ça ne ressemblait pas à ma grand-mère d'être si sèche.

«Ne t'inquiète pas, dit ma soeur à ma grand-mère en lui touchant le bras, ils ne demanderont pas ta maison; ce n'est pas comme ça que ça se passe.»

«C'est juste que tout ça est tellement inquiétant.» Une femme se dirigeait vers la sortie. Elle était enceinte et elle fit un salut vers notre table. Ma grand-mère lui répondit en souriant.

«Il y a autre chose. Quand les écologistes ont bloqué les routes pour faire cesser la coupe, cette jeune femme a été arrêtée et emprisonnée. Avec des criminels. Une vraie honte. Tout ce qu'elle veut, c'est une vie décente pour ses jeunes.»

«On a vu l'incident aux nouvelles, dit ma soeur. Le Marché commun européen a eu vent de l'affaire et a voté une résolution en faveur de l'interdiction des coupes à blanc.»

«Oui, mais ils ne vivent pas ici, répondit ma grand-mère. Enfin, dit-elle en souriant largement, allons manger à la maison; vous devez mourir de faim.»

Sur le chemin de terre cahotant que nous connaissons bien, il était difficile de ne pas remarquer tous les changements. Entre autres choses, les arbres avaient été coupés jusqu'aux limites de la propriété. Ce qui attira mon attention cependant, c'étaient les planches qui recouvraient grossièrement la tête du puits. Avec des clous aussi énormes; il ne faisait aucun doute que c'était là l'oeuvre de mon grand-père.

«As-tu creusé un nouveau puits?»

«Pas encore» dit-il.

«Ça ne donnera rien, dit ma grand-mère, les eaux de ruissellement du domaine résidentiel voisin ont contaminé la nappe souterraine. On a bien essayé le ruisseau, mais il y a un dépôt à la surface. Ça vient de l'usine. Une écume terrible. On a eu toutes les peines du monde à l'enlever du plancher de la cuisine quand le ruisseau a débordé en novembre.»

À notre descente de la camionnette, nous entendîmes des lions de mer, sans les voir. Puis, une volée d'oiseaux migrateurs passa au-dessus de nos têtes. En se protégeant les yeux du soleil, on pouvait voir ces magnifiques oiseaux flotter dans le ciel clair. Ils ont une habitude qui m'a toujours fasciné : lorsque l'un d'eux est malade ou blessé, deux autres se détachent du groupe pour l'accompagner. Ils se protègent entre eux, instinctivement.

En enlevant sa main de son front, ma soeur déclara : «Je crois que nous ferions bien d'aller à la réunion. Après un bon repas, bien entendu!»

Grand-mère retrouva son sourire et approuva.

La salle était pleine. Des bûcherons et des ouvriers aux visages tendus et des enfants à leurs trousses. Le couple propriétaire du café était là, le bébé endormi dans le sac à dos. Il y avait des autochtones, certains en costume traditionnel, parfois accompagnés d'enfants se tenant tranquillement près d'eux. À l'entrée, une agente immobilière bien mise parlait au téléphone cellulaire, essayant de mettre le point final à une vente. Dans les dernières rangées, deux hommes en tenue sportive élégante parlaient du projet de construction de la nouvelle école. Nous avons pris place dans la même rangée que des représentants de la société forestière, mais de l'autre côté de l'allée.

«Les gens du gouvernement insistent sur le consensus», dit mon grand-père en croisant ses immenses bras sur sa poitrine et en observant la salle, «je leur souhaite bonne chance.»

De la table située à l'avant de la salle, on entendit le marteau du président.

ÉTUDE DE CAS : COLOMBIE - BRITANNIQUE

Points de vue

1. Les travailleurs forestiers et les ouvriers — ils ont une famille, une hypothèque, des voitures, etc. et ils ont besoin de travailler.
2. Les propriétaires et les employés du secteur touristique et des entreprises connexes — ils ont investi du temps et des fonds dans cette «nouvelle» industrie et ont, eux aussi, une famille, une hypothèque, des voitures, etc.
3. Les représentants des Premières Nations — ils ont des droits ancestraux et une culture fondée sur l'environnement tel qu'il était depuis des milliers d'années.
4. Les agents immobiliers — ils ont une famille, une hypothèque, des voitures, etc., et ils tirent leur revenu des commissions de vente.
5. Les dirigeants politiques de la collectivité — ils sont intéressés à voir naître d'autres sources de recettes fiscales pour améliorer les services.
6. Les cadres d'usines et de sociétés forestières — ils ont une famille, une hypothèque, des voitures, etc., et des responsabilités envers les actionnaires qui ne vivent pas dans la région.
7. Les habitants de la localité — ils ont une famille, une hypothèque, des voitures etc. et tiennent depuis toujours au style de vie de la collectivité.
8. Les groupes d'écologistes — ils ont un engagement, parfois plus global, et ils prônent souvent une suspension permanente de la coupe du bois, de la pêche, etc.

ÉTUDE DE CAS INTERNATIONALE

Nathalie se sentait confuse et indécise. Elle était supposée vivre des vacances de rêve. Elle et ses deux amies, Geneviève et Catherine, avaient consacré une bonne partie de l'année à économiser de l'argent et à préparer le voyage qu'elles feraient dans ce pays des Tropiques pour célébrer la fin de leurs études. La première semaine avait été remplie de journées à se faire dorer sur la plage et de soirées à danser. Catherine semblait y avoir trouvé sa vocation. En effet, le matin même, elle avait parlé au gérant du nouvel hôtel qui fait partie d'une immense chaîne américaine et elle était en train de leur raconter, pendant qu'elles regardaient le soleil orange descendre pour la nuit, qu'elle pouvait obtenir un emploi ici et entreprendre une carrière dans l'industrie hôtelière.

«Il m'a dit de lui envoyer mon CV par télécopieur dès que je serai revenue à la maison. Il pourrait y avoir du travail pendant la prochaine saison touristique d'hiver et il pense que j'ai les compétences nécessaires. C'est trop beau pour être vrai!»

«Mais, tu es déjà acceptée au collège à l'automne», s'exclama Geneviève, «tu vas laisser tomber?»

Elles avaient choisi un endroit touristique extrêmement populaire. Cet après-midi même, un paquebot immaculé avait accosté et laissé descendre un millier de touristes qui avaient envahi les plages et les boutiques pendant quelques heures, prenant des photos, achetant des t-shirts souvenirs, des paniers faits à la main et des sacs brodés.

Au coucher de soleil, elles avaient vu la petite Martita qui buvait un jus et mangeait sa collation en compagnie de son jeune frère. «Vous savez, dit Nathalie, je crois que c'est la première fois depuis le début de la semaine que je vois ces enfants prendre une pause.» Au cours des semaines passées, elle était devenue assez amie avec la petite qui lui avait dit qu'elle avait 10 ans et que son frère en avait 4. Elle vendait les sacs à main et les colliers que sa mère fabriquait et prenait soin de son petit frère en même

temps. Comme Nathalie semblait surprise que Martita n'aille pas à l'école, la petite avait répondu : «Je suis allée à l'école pendant trois ans et j'aimais beaucoup ça, mais mon père est mort il y a deux ans et ma mère a besoin de moi pour vendre ses sacs et ses colliers et prendre soin de Carlos.»

Les trois jeunes femmes se préparaient à une carrière dans l'industrie touristique. Geneviève démontrait un esprit d'initiative supérieur aux autres et pouvait marchander très habilement. Elle était très fière des

aubaines qu'elle parvenait à décrocher pour elle et ses amies. Elle avait même dit aux deux autres : «Je pense que je pourrais établir une très bonne affaire d'importation; vous vous rendez compte de toute la demande qu'il y a chez nous pour ce type d'artisanat! Les prix sont imbattables et je sais que je peux négocier de façon très serrée.»

Nathalie se mordit les lèvres en entendant cela parce que ça lui rappelait un incident de la veille. Il y avait eu un peu de tension entre les trois amies lorsque Geneviève avait chassé des jeunes qui s'étaient arrêtés à leur table sur la plage pour essayer de leur

vendre quelque chose. «Impossible d'être tranquille, avait-elle dit, et leurs prix sont ridicules. J'ai acheté la même chose hier à 10 % de ce qu'ils demandent!» Sur ce, elle avait appelé le serveur et exigé qu'on les débarrasse de ces vendeurs de pacotille. Nathalie en rougissait encore d'embarras en continuant d'observer Martita et Carlos. «Pourquoi en fait-elle toute une histoire, se demanda-t-elle, il ne s'agit que de cinquante sous». Geneviève pour sa part, continuait de rêver à son avenir, s'imaginant une vie fantastique : mois d'hiver ici à faire des achats pour sa boutique au Canada qui accueilleraient les visiteurs durant les mois d'été. Elle pourrait devenir experte en surf et elle devait bien admettre que les vagues étaient très propices à ce genre d'activité, sans compter tous les beaux garçons bronzés qu'elle avait rencontrés sur la plage.



La mention des beaux garçons ramena la confusion dans l'esprit de Nathalie. Deux jours auparavant, les filles avaient décidé de faire une excursion écologique sur la lagune afin d'observer les oiseaux. L'idée semblait plus ou moins intéressante aux deux autres mais Nathalie avait insisté pour qu'elles explorent encore plus le potentiel touristique de la région puisque, après tout, c'était l'objet des études qu'elles avaient faites toute l'année.

Pour toutes les trois toutefois, ce fut un moment magique. Elles avaient choisi l'excursion qui semblait la plus romantique à l'heure du coucher de soleil et avaient été enchantées par les oiseaux et la beauté du paysage, surtout lorsque Luis, le guide-ornithologue, avait signalé la masse d'arbres sur la rive couverts d'aigrettes neigeuses. Un véritable arbre de Noël illuminé! Juste avant, leur bateau s'était arrêté sur un banc de sable, au point de jonction de la lagune et de l'océan. Les passagers avaient bu un verre de vin au soleil couchant et avait pataugé dans les eaux pendant quelques instants. Les vagues du côté de l'océan étaient immenses et exigeaient de la prudence pour ne pas perdre pied.

Nathalie avait posé plusieurs questions à Luis sur l'écosystème et il avait expliqué : «J'ai formé un groupe de préservation de la lagune pour la protéger avant qu'il ne soit trop tard. Une partie de l'argent des visites est réservée à cela. Nous faisons des pressions auprès du gouvernement afin qu'il vote des lois plus sévères en vue de protéger les oiseaux et la lagune en limitant de nombre de bateaux qui peuvent y avoir accès et en protégeant les marais qui l'entourent. Une grande partie du problème vient du fait que les gens essaient de s'enrichir rapidement et qu'ils ne pensent qu'au présent. Peu de gens saisissent la complexité de l'écosystème et ne pensent qu'à profiter des dollars touristiques.» Il avait admis qu'il affrontait une forte opposition et était déçu que la plupart des touristes ne s'intéressent pas vraiment à la lagune

qu'il aimait tant. En vérité, son entreprise était moins florissante que celle de certains qui ne connaissaient même pas le nom des oiseaux.

À la fin de l'excursion, Luis avait discrètement invité Nathalie à le rencontrer sur la place du marché le lendemain midi. Ils pourraient manger ensemble et elle pourrait en apprendre plus sur la culture de l'endroit qui semblait l'intéresser. Geneviève et Catherine l'avaient taquinée : pensez donc, un rendez-vous avec un «autochtone»; enfin, elles se verraient en fin d'après-midi, à l'endroit habituel sur la plage.

Nathalie avait eu du mal à trouver la place du marché qui ne faisait pas partie du circuit touristique habituel. Elle fut fascinée par la beauté et la couleur des fruits et légumes ainsi que par les odeurs et les sons qui l'entouraient. Elle s'appêtait à prendre des photos des marchandes lorsque Luis lui enleva gentiment son appareil des mains. «S'il te plaît, profite plutôt de ce que tu vois; les gens n'aiment pas toujours savoir qu'ils vont se trouver dans l'album souvenir d'un inconnu.» Le ton à la fois gentil et triste qu'il avait pris pour l'implorer toucha Nathalie et la rapprocha des gens qu'elle côtoyait.

Ils avaient passé l'après-midi à discuter du secteur touristique dans le pays de Luis et elle avait été frappée par son amertume. «Personne ne sait ce qui se passe vraiment ici. Pour toi, ce sont de belles vacances; tu vois le beau côté des choses et la chaleur des gens, mais tu ne connais que la surface et tu partiras avant d'avoir vraiment saisi l'essence des choses.»

Nathalie ne savait pas encore quelle direction prendrait sa carrière touristique et elle commença à penser qu'il y avait peut-être tout un aspect qu'elle n'avait pas encore exploré. Oui bien sûr, elle connaissait la question environnementale, comme tout le monde, mais elle commençait à se poser des questions qui ne lui étaient jamais venues à l'esprit auparavant. Jusqu'à un certain point, son rêve d'agente de voyage lui semblait vide et creux.

Ses pensées furent interrompues par les éclats de rire de ses amies qui se réjouissaient à l'avance de leur soirée dansante précédée d'un repas somptueux.

ACTIVITÉS SUPPLÉMENTAIRES
VISÉES AU PROGRAMME DE LANGUE FRANÇAISE

ACTIVITÉ F-1: Le touriste

D
U
R
É
E



20-30 minutes

BUT

Les élèves examinent leurs perceptions de ce qu'est un touriste.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ explorer des images et des opinions personnelles sur les touristes

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ devinettes (vrai ou faux)
- ▶ discussion

MATÉRIEL

- ▶ *Tourisme et voyages*, V. Timmons, Chapitre I
- ▶ Fiche FI. 1
- ▶ Fiche FI. 2

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau et qualité de participation à la discussion

ÉTAPES

1. Distribuer les fiches et demander aux élèves de choisir leur réponse (vrai ou faux) sans se référer à un texte ou aux autres élèves. Il s'agit de leurs impressions seulement.
2. Lire les bonnes réponses aux élèves.
3. Animer une discussion des stéréotypes relatifs au touriste.
4. Référer les élèves au premier chapitre du texte.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Inviter une personne bilingue qui travaille en tourisme à commenter les points soulevés.

- 1 Le touriste typique suit de très près un guide, il porte des lunettes de soleil, une chemise criarde et, autour du cou, un appareil photo.
- 2 Une personne qui voyage dans le but de visiter ses parents pendant les vacances de Noël est un touriste.
- 3 Une enseignante de Vancouver qui assiste à un congrès d'enseignants de mathématiques à Halifax est une touriste.
- 4 Les jeunes enfants qui font du camping avec leurs parents au Lac Louise sont des touristes.
- 5 La province canadienne préférée des visiteurs est la Colombie-Britannique.
- 6 L'activité préférée des touristes canadiens est la visite d'amis et/ou de membres de leur famille.
- 7 La ville canadienne préférée des touristes est Montréal.
- 8 La destination internationale préférée des touristes est les États-Unis.
- 9 Les touristes voyageant au Canada sont surtout des Américains.
- 10 Le touriste typique a plus de 55 ans.
- 11 Le Mexique reçoit plus de visiteurs américains que n'en reçoit le Canada.
- 12 Le visiteur japonais typique choisit un voyage organisé.

1. Faux, c'est un stéréotype. Les touristes sont très différents et participent à une grande variété d'activités selon leur âge, leurs intérêts, le temps qu'ils peuvent y allouer. On les voit se reposer sur une plage, faire du ski ou du kayak, explorer les étendues désertiques, visiter les musées et les sites historiques, se détendre dans les bistrotts et les restaurants, etc.
2. Vrai, selon la définition d'un touriste (voir p. 5 du texte *Tourisme et Voyages*).
3. Vrai, selon la définition d'un touriste.
4. Vrai, selon la définition d'un touriste.
5. Faux, la C.-B. vient en 3^e lieu, après l'Ontario et le Québec.
6. Vrai (voir p. 10 du texte *Tourisme et Voyages*).
7. Faux, Toronto est la ville la plus populaire, suivie de Montréal et de Vancouver (voir p. 10 du texte *Tourisme et Voyages*).
8. Vrai, les États-Unis sont la destination la plus populaire, suivis de la France et de l'Italie (voir p. 9 du texte *Tourisme et Voyages*).
9. Faux, 80 pour cent sont des Canadiens (voir p. 42 du texte *Tourisme et Voyages*).
10. Faux, sauf que le groupe de Canadiens âgés de plus de 55 ans augmente en importance par rapport à celui des Canadiens âgés de moins de 55 ans (voir p. 39 du texte *Tourisme et Voyages*).
11. Vrai, depuis le début des années quatre-vingt (voir p. 42 du texte *Tourisme et Voyages*).
12. Vrai (voir p. 44 du texte *Tourisme et Voyages*).

ACTIVITÉ F-2: Les voyages et le tourisme du passé

D
U
R
É
E



1 heure 30 minutes

BUT

Les élèves examinent les raisons qui motivaient les gens à voyager dans le passé et ce qui a influencé la croissance du tourisme au cours de l'histoire.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ identifier les raisons de voyager (comme la santé, la religion et le commerce) dans l'antiquité
- ▶ évaluer les raisons de la grande augmentation des voyages et du tourisme sous les empires grec et romain
- ▶ décrire l'effet des «grands circuits» des 17^e et 18^e siècles sur le tourisme en Europe
- ▶ examiner l'effet de la révolution industrielle sur le voyage et le tourisme par suite de l'amélioration des transports et de la croissance de la «classe moyenne»
- ▶ examiner l'effet des modes de transport sur le développement du tourisme :
 - navires
 - trains
 - automobiles
 - avions
- ▶ décrire l'effet des deux Guerres mondiales sur la croissance du tourisme à travers le monde et au Canada
- ▶ analyser les courants actuels qui influencent la croissance du tourisme :
 - stabilité politique
 - prospérité économique
 - améliorations technologiques
 - augmentation des loisirs
 - changement démographique
 - changement dans le mode de vie

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ recherches
- ▶ partage
- ▶ discussion de classe

MATÉRIEL

- ▶ Fiche F2. I
- ▶ bibliothèque de l'école

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ contribution au travail du groupe
- ▶ exactitude ou l'originalité des points soulevés
- ▶ niveau et qualité de participation dans la discussion

ÉTAPES

1. Photocopier et découper les cinq tâches de recherche (Fiche F2. 1) et les mettre dans un chapeau ou dans quelque chose qui empêchera les étudiants de voir quelles sont les tâches.
2. Préparer une fiche de rétroprojecteur avec dix points d'information pour chaque tâche. Laisser de l'espace entre les questions.
3. Divisez les élèves en cinq groupes.
4. Demander à un membre de chaque groupe de choisir un morceau de papier.
5. Dans leur groupe, les élèves feront de la recherche en utilisant diverses ressources. Leur but sera de compiler plusieurs points d'information.
6. À la classe suivante, mettre une des fiches sur le rétroprojecteur. Demander aux élèves qui ont fait leur recherche sur ce sujet d'offrir les points qu'ils ont écrits. Comparer leurs réponses avec celles de l'enseignant. On pourrait donner cinq points pour chaque réponse semblable à celle de l'enseignant et dix points pour une idée supplémentaire. Répéter le procédé avec chaque tâche.
7. Le groupe ayant accumulé la majorité des points sera gagnant.

1. Trouver quelques raisons de l'augmentation du tourisme et des voyages pendant la période des empires grec et romain.



2. Déterminer et décrire ce qui motivait les gens de l'antiquité à voyager.



3. Expliquer l'effet des «grands circuits» des 17^e et 18^e siècles sur le tourisme en Europe.



4. Expliquer l'effet de la Révolution industrielle sur le voyage et le tourisme en Europe (en insistant sur l'importance de l'amélioration des transports et la croissance de la «classe moyenne»).



5. Décrire l'effet des deux Guerres mondiales sur la croissance du tourisme à travers le monde et au Canada.



ACTIVITÉ F-3 : Les facteurs qui ont un effet sur le tourisme



BUT

Les élèves examinent leurs perceptions de ce qu'est un touriste.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ déterminer comment les facteurs suivants pourraient influencer sur le tourisme :
 - croissance de la population
 - croissance de l'emploi
 - augmentation du revenu
 - augmentation de la valeur foncière
- commercialisation des arts et de l'artisanat traditionnels et des religions et coutumes sociales
- renaissance des arts et de l'artisanat traditionnels
- préservation ethnique
- bouleversement des cultures et modes de vie locaux
- intérêt culturel pour résidents et visiteurs

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ «Gallery walk»
- ▶ partage
- ▶ discussion de classe

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau et qualité de participation dans l'activité et la discussion

ÉTAPES

1. Attacher neuf grandes feuilles de papier au mur, aux pupitres ou au tableau de la salle de classe. Chaque feuille servira de station qui aura un facteur et deux colonnes intitulées Positif et Négatif. Les huit facteurs sont :
 - ▶ l'augmentation de la population
 - ▶ l'augmentation de l'emploi
 - ▶ l'augmentation du revenu
 - ▶ l'augmentation de la valeur foncière
 - ▶ la commercialisation des arts et de l'artisan traditionnels, des religions et des coutumes sociales
 - ▶ la renaissance des arts et de l'artisan traditionnels
 - ▶ la préservation ethnique
 - ▶ le bouleversement des cultures et modes de vie locaux
 - ▶ l'intérêt culturel pour résidents et visiteurs
2. Diviser les élèves en huit groupes et donner à chaque groupe un crayon de couleur différente. Noter quel groupe utilise telle couleur.
3. Demander aux groupes d'aller d'une station à l'autre. À chaque station, les membres discuteront pour trouver **un** effet positif de ce facteur sur le tourisme et le voyage et **un** effet négatif. Ils doivent écrire leurs idées sur la feuille avant de passer à la station suivante.
4. Une fois que les groupes ont visité les huit stations, ramasser les feuilles.
5. Compiler les notes de chaque groupe sur un rétroprojecteur en utilisant un feutre de couleur différente pour chacun des groupes. Encourager les élèves à élaborer leur réponses en leur posant des questions spécifiques.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ On pourrait aussi demander aux élèves de déterminer les facteurs les plus importants pour le tourisme et de classer en ordre d'importance les effets identifiés pour chaque facteur. Demander aux élèves de donner des arguments originaux et encourager la classe à discuter des mérites de chaque argument pour décider lesquels devraient être ajoutés à la liste sur le rétroprojecteur.

ACTIVITÉ F-4 : Le tourisme et l'économie

D
U
R
É
E



2 heures et temps consacré à la
préparation des résultats de leurs
recherches et de leur présentation

BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent l'importance du tourisme pour l'économie canadienne et provinciale

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ identifier les sources de revenus qui proviennent du tourisme dans les diverses régions
- ▶ rechercher la manière dont le Canada est vendu dans le monde comme destination touristique :
 - Office de Tourisme du Canada
 - Trousses publicitaires provinciales
 - Pacific Rim Initiatives
- ▶ prévoir l'effet sur le tourisme des situations suivantes : changements technologiques, organisation des loisirs, organisation du travail, changements politiques majeurs
- ▶ décrire l'importance du rapport qui existe entre la C.-B. et les pays du littoral Pacifique, p. ex. :
États-Unis Mexique Hong Kong
Japon Taïwan Chine
Corée
- ▶ discuter de l'importance du tourisme sur l'économie mondiale, nationale et locale :
 - revenu national et provincial et prévisions
 - revenu du tourisme dans une région

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ activité de recherche
- ▶ discussion de classe

MATÉRIEL

- ▶ ressources de la bibliothèque de l'école
- ▶ Internet

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité et présentation du travail écrit
- ▶ qualité de la présentation orale
- ▶ niveau d'écoute des élèves pendant les présentations

ÉTAPES

1. Avant la classe, en pensant aux résultats d'apprentissage, préparer une vingtaine de tâches spécifiques pour guider les recherches des élèves. Par exemple :
 - ▲ Décrire en six phrases les échanges importation/exportation entre le Canada et le Mexique.
 - ▲ Décrire un problème de commerce entre le Canada et un pays du littoral Pacifique.
2. Distribuer les tâches. Les élèves devront effectuer leurs recherches en utilisant la bibliothèque et Internet. Leur suggérer des sources telles que Statistique Canada, *Tourism BC*, *Asia Pacific Institute*. Les élèves devront fournir des données et en faire l'interprétation. Les encourager à utiliser une multitude de formats pour les données (p.ex. graphiques linéaires, graphiques à barres, tableaux, matrices).
3. Une fois leurs recherches terminées et leur travail écrit, les élèves s'organisent en petits groupes et choisissent un aspect du thème sur lequel ils prépareront une présentation de cinq à dix minutes. Ils devront aussi préparer et distribuer une feuille donnant les points clés aux autres élèves.

**BUT**

Les élèves comprennent l'importance de la confiance en soi et d'une attitude positive dans l'exercice d'une profession en tourisme.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ démontrer comment une attitude positive permet à une personne de :
 - bien se sentir dans sa peau et apprécier les autres
 - être ouvert à de nouvelles idées
 - être d'un abord facile
 - paraître sympathique
 - se faire des amis et les conserver
 - communiquer de manière plus efficace
 - éprouver plus de satisfaction au travail
 - tirer le plus grand profit des situations
 - gérer plus efficacement le stress et jouir d'une meilleure santé
- acquérir une réputation de professionnel
- accroître sa productivité
- jouir de plus de responsabilités
- ▶ évaluer l'effet contagieux d'une attitude positive pour permettre aux autres de se sentir :
 - énergiques
 - enthousiastes
 - optimistes
- ▶ discuter de l'importance de projeter une impression de confiance en soi

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ jeux de rôles
- ▶ travail et petit groupe
- ▶ discussion de classe

MATÉRIEL

- ▶ Rôles à distribuer (Fiches F5. 1 - F5. 8)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau et qualité de participation à l'activité et à la discussion
- ▶ journal : les commentaires écrits de l'élève

ÉTAPES

1. Diviser la classe en groupes de 3 élèves. (Cette activité peut se faire en groupes de 4, si nécessaire.)
2. Distribuer les rôles. Un participant de chaque groupe reçoit la fiche A (le touriste), un autre reçoit la fiche B (le professionnel du tourisme) et le troisième reçoit la fiche C (l'observateur).
3. Demander aux élèves de lire soigneusement leur fiche sans rien dire aux autres participants.
4. Inviter les élèves A et B à jouer les rôles suggérés par les fiches. L'élève C observe comment les joueurs se débrouillent et interagissent.
5. Après le jeu de rôles, demander à chaque participant de communiquer aux membres de son groupe ses sentiments et son analyse de la situation.
6. Après cette discussion, animer un partage des scénarios et des observations avec tous les élèves en soulignant les avantages d'une attitude positive et d'une bonne estime de soi.
7. Demander aux élèves de commenter dans leur journal l'activité et leurs apprentissages.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ Inviter une personne bilingue qui travaille en tourisme à commenter les points soulevés.
- ▶ Demander aux élèves de créer leurs propres scénarios et de les présenter à la classe.

Scénario1

Fiche A - le t ourist e

Vous êtes un fonctionnaire de 35 ans à l'emploi du gouvernement fédéral. Puisque votre horaire est toujours très chargé, vous avez oublié d'appeler votre hôtel habituel. Il n'y avait pas de chambres disponibles. La réception de l'hôtel n'a pas pu suggérer un autre hôtel à cause du grand congrès en ville. Vous avez pris un taxi jusqu'à un autre quartier où il y a un certain nombre de bons hôtels. Là, pendant deux heures, vous avez cherché à pied un logement avec une chambre pour fumeurs.

Vous venez d'arriver au dernier hôtel du coin. Vous êtes très fatigué et vous avez grand besoin d'une cigarette. D'un ton assez agressif, vous faites votre demande à la réception.



Scénario1

Fiche B - la récéptionnist e

Vous travaillez à la réception (réservations, etc.) d'un hôtel depuis seulement une semaine. Vous êtes très enthousiaste et heureuse d'avoir obtenu cet emploi. Vous aspirez à une bonne carrière et cet emploi en est la porte d'entrée.

Il y a un grand congrès en ville et, pour cette raison, il reste très peu de chambres pour ce soir et pour les trois nuits suivantes; en effet, il reste seulement deux chambres pour non-fumeurs. Vous voyez devant vous un homme d'environ 35 ans.



Scénario1

Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice

Il y a un grand congrès dans cette ville, c'est pourquoi il reste très peu de chambres pour ce soir et les trois nuits suivantes. L'employé du gouvernement cherche une chambre depuis quelques heures. Il est fumeur.

Est-ce que la réceptionniste réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/la limitent?



Scénario 2

Fiche A - la t ourist e

Vous êtes diabétique. Quand vous avez besoin de manger, il faut satisfaire ce besoin immédiatement et à tout prix. Vous ne pouvez manger que peu de gras et pas de sucre.

La carte du restaurant que vous avez choisi parce qu'il était là devant vous (vous ne devez pas attendre) ne propose que des plats principaux préparés avec des sauces ainsi que des desserts sucrés. Vous commandez alors un sandwich végétarien avec fromage, une banane tranchée et un verre de lait.



Scénario 2

Fiche B - la ser veuse

Vous travaillez dans ce restaurant depuis un mois. Vous étiez très enthousiaste et heureuse d'obtenir cet emploi. Vous pensiez vous bâtir une bonne carrière et cet emploi en serait la porte d'entrée.

Pour maintenir un service rapide, le restaurant a une carte limitée aux spécialités de la maison.

Cette semaine a été très exigeante et vous êtes déprimée. Est-ce que cet emploi vous convient? Avez-vous bien choisi? Aujourd'hui vous portez de nouvelles chaussures qui vous donnent mal aux pieds.

Vous retournez prendre la commande de la dame à qui vous avez donné la carte quelques minutes auparavant.



Scénario 2

Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice

On voit une touriste assise dans un restaurant, elle est diabétique. Quand elle a besoin de manger, il faut satisfaire ce besoin immédiatement et à tout prix. Elle ne peut manger que peu de gras et pas de sucre.

Pour maintenir un service rapide, le restaurant a une carte limitée aux spécialités de la maison.

La serveuse a mal aux pieds à cause de ses nouvelles chaussures. Elle s'interroge sur son choix de carrière.

Est-ce que la serveuse réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/la limitent?



Scénario 3

Fiche A - le t ourist e

Vous êtes un étudiant américain de 22 ans. Vous venez de terminer vos examens et cherchez l'aventure dans le Grand Nord. Votre budget pour un séjour de trois semaines est très limité.

Venant de Seattle, vous êtes arrivé à Victoria par avion (étudiant en attente) à

20 h 30 et avez fait du pouce jusqu'au terminus du traversier à Swartz Bay pour aller à Vancouver où vous attendent des amis.

Vous vous présentez au guichet.



Scénario 3

Fiche B - l 'employé de B ritish C olumbia
Ferry Corporation

Vous travaillez depuis plusieurs années pour la Corporation. Vous aimez cet emploi puisque le salaire et les avantages sont intéressants. Cependant, le travail est parfois ennuyant. Vous voulez, quand même, continuer à travailler jusqu'à l'âge de 60 ans. Vos collègues vous trouvent sympa.

Il est 21 h 05 et vous êtes en train de fermer le guichet puisque le dernier traversier est parti à 21 h précises. Un jeune homme arrive en courant.



Scénario 3

Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice

Vous voyez arriver au guichet du traversier à Swartz Bay un étudiant américain de 22 ans qui vient de terminer ses examens et cherche l'aventure dans le Grand Nord. Son budget est très limité.

Venant de Seattle, il est arrivé à Victoria par avion (étudiant en attente) à 20 h 30 et a fait du pouce jusqu'au terminus du traversier à Swartz Bay pour aller à Vancouver où attendent des amis.

Est-ce que l'employé au guichet réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/le limitent?



Scénario 4**Fiche A - la t ourist e**

Vous êtes une veuve canadienne de 60 ans. Jusqu'à il y a deux semaines, vous étiez la secrétaire du directeur de l'hôpital. Vous venez de commencer votre retraite que vous inaugurez avec un voyage de rêve au Québec. Votre intention est de passer trois semaines dans la province dont une au Saguenay, une autre à Québec et la dernière en Gaspésie.

D'habitude vous êtes calme, mais cette fois-ci ce n'est pas le cas. Venant de Regina, vous êtes arrivée par avion à Montréal plus tôt ce matin et avez pris la navette jusqu'au centre-ville. Vous venez de remarquer que votre sac à main a disparu (volé?) — avec argent, renseignements sur les hôtels, etc., billet d'avion de retour, cartes de crédit, assurance... et vous n'êtes même pas encore rendue à l'hôtel choisi par votre agence de voyages et dont le nom est dans le sac à main perdu. Vous n'êtes pas très sûre de votre français, que vous avez étudié un peu le soir avant de partir.

Vous entrez dans le bureau de tourisme devant vous pour demander de l'aide.

**Scénario 4****Fiche B - l 'employé du bur eau de t ourisme**

Vous êtes nerveux. C'est votre première semaine de travail ici au bureau de tourisme. Vous êtes étudiant pendant l'hiver et, suite à une formation d'une semaine, vous occupez maintenant cet emploi jusqu'à la fin d'août.

Il est 11 h 35 et vous voyez entrer une femme désespérée qui essaie de communiquer en français son grave problème.

**Scénario 4****Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice**

Vous voyez arriver dans un bureau de tourisme des alentours de Montréal une veuve de 60 ans. Elle vient tout juste de commencer sa retraite, raison de son voyage au Québec.

D'habitude calme, elle est maintenant tout à fait désespérée.

Le jeune employé commence à peine sa première semaine de travail ici au bureau de tourisme.

Est-ce que l'employé du bureau de tourisme réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/le limitent?



Scénario 5

Fiche A - le t ourist e

Vous avez 30 ans. Vous commencez vos vacances, les premières que vous ayez pu prendre depuis trois ans. Votre intention est de ne vous permettre aucune pensée négative qui pourrait gâcher le plaisir de ces vacances.

La carte du restaurant que vous avez choisi a un grand nombre d'options. Vous commandez des mets inconnus pour le plaisir d'essayer quelque chose de nouveau.

La soupe n'a pas été à votre gré, puis vous avez trouvé le plat principal dégoûtant. Vous voyez disparaître vos bonnes intentions. Maintenant le serveur présente l'addition (45\$ avant taxe - et vous n'avez même pas pris de vin!).

Il revient chercher le paiement et vous lui dites que vous n'allez pas payer.



Scénario 5

Fiche B - le ser veur

Vous travaillez dans ce restaurant depuis un an. Vous êtes content d'avoir cet emploi mais vous avez d'autres ambitions. Vous espérez avoir votre propre restaurant un jour, un restaurant vietnamien (vous êtes originaire du Viêt Nam).

Le convive était évidemment de bonne humeur au début du repas, semblait assez content plus tard, mais maintenant que vous venez chercher son argent ou sa carte de crédit...



Scénario 5

Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice

On voit un touriste de 30 ans assis dans un restaurant. Il vient de commencer ses vacances, les premières qu'il a pu prendre depuis trois ans. Selon lui, aucune pensée négative ne pourrait gâcher le plaisir de ses vacances.

Il a commandé des mets inconnus pour le plaisir d'essayer quelque chose de nouveau.

Il a trouvé dégoûtants la soupe et le plat principal. Le serveur vient de lui présenter l'addition.

Est-ce que le serveur réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et savoir-être l'aident/le limitent?



Scénario 6**Fiche A - la t ourist e**

Vous êtes une Canadienne de 35 ans, enceinte de 6 mois — votre premier enfant. Votre cher grand-père, un veuf, est dans un établissement de soins de longue durée. Vous savez qu'il sera très difficile de venir le voir après la naissance et, de plus, on doute qu'il vive longtemps. Vous avez réussi à trouver un billet d'avion en solde et vous avez négocié un tarif réduit pour un séjour de trois semaines à l'hôtel. Vous savez qu'il y a un four à micro-ondes dans la chambre qui vous permettra de manger à peu de frais.

Vous arrivez à la réception de l'hôtel pour vous inscrire. Le réceptionniste ne trouve ni votre réservation ni la preuve que vous avez négocié un tarif réduit.

(Vous n'avez pas les moyens de rester plus de 10 jours au tarif affiché, et vous n'avez pas le droit de changer votre billet d'avion sans payer le tarif régulier — qui est trois fois plus élevé que ce que vous avez payé.)

**Scénario 6****Fiche B - le récéptionnist e**

Vous êtes réceptionniste à cet hôtel depuis six mois. Vous avez suivi des cours à l'école secondaire et au collège régional en vue de vous qualifier pour le poste. Vous êtes très fier d'avoir eu les meilleures notes de votre classe et vous vous trouvez très compétent.

La cliente devant vous prétend avoir fait une réservation et négocié un tarif réduit. Vous cherchez dans les lieux habituels et ne trouvez rien qui corrobore ce qu'elle dit.

**Scénario 6****Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice**

Vous voyez arriver à l'hôtel une Canadienne de 35 ans, enceinte de 6 mois — son premier enfant. Son grand-père est dans un établissement de soins de longue durée. Il lui sera très difficile de venir le voir après la naissance et, de plus, on doute qu'il vive longtemps. Elle prétend avoir fait une réservation pour une visite de trois semaines et négocié un tarif réduit.

Le réceptionniste travaille à cet hôtel depuis six mois. Il est très fier d'avoir eu les meilleures notes de sa classe au collège et se trouve très compétent.

Est-ce que le réceptionniste réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/le limitent?



Scénario 7

Fiche A - la t ourist e

Vous êtes une Américaine de 40 ans. Votre lieu de prédilection est votre jardin et vos moments préférés, ceux que vous passez dans votre petite serre et avec vos plantes. Pour les vacances, vous choisissez des endroits où vous pouvez visiter de beaux parcs et jardins publics. Cette année, vous avez choisi les jardins Butchart au Canada.

Vous avez une bonne connaissance de la reproduction des plantes. Vous aimez beaucoup prendre des boutures (tiges, feuilles, etc.) et essayer de propager vos propres plantes. La tentation aux jardins Butchart est irrésistible. Dans votre grand sac à main, vous avez un couteau et un sac en plastique.

Sans nuire aux plantes, vous enlevez des tiges et des feuilles que vous passez dans le sac en plastique bien caché. Vous le faites discrètement mais...



Scénario 7

Fiche B - la jar dinièr e

Vous adorez travailler dans les jardins Butchart l'hiver comme l'été. Vous êtes jardinière depuis plusieurs années. Vous comprenez l'importance de ce lieu touristique et, ayant suivi le cours SuperHost, vous reconnaissez l'importance d'une attitude positive envers les touristes.

Vous êtes en train d'enlever les fleurs fanées. Une femme cachée derrière des arbustes vous inquiète. Elle a un très grand sac à main et semble cueillir des fleurs et les cacher dedans. Vous vous approchez d'elle pour lui demander...



Scénario 7

Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice

Vous voyez deux femmes dont la première est une touriste de 40 ans pour qui les meilleures vacances sont celles passées à visiter de beaux parcs et jardins publics. Elle est aux jardins Butchart ce matin. Elle aime beaucoup essayer de propager ses propres plantes à partir de boutures (tiges, feuilles, etc.).

L'autre est une employée, une jardinière qui enlève les fleurs fanées. Elle remarque chez l'autre un comportement étrange.

Est-ce que l'employée des jardins Butchart réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/la limitent?



Scénario 8

Fiche A - le t ourist e

Vous êtes un touriste dont la patience n'est pas reconnue dans le monde entier. Vous arrivez au bureau de tourisme cinq minutes avant 18 h samedi soir.

Vous cherchez une chambre d'hôte au Bureau de tourisme du village où vous vous trouvez. Chaque fois qu'on vous en propose une, elle est soit trop chère, soit trop éloignée, soit trop près de l'autoroute, soit inadéquate pour une raison ou pour une autre.



Scénario 8

Fiche B - la bénévol e au bur eau de t ourisme

Vous êtes une bénévole au bureau de tourisme le vendredi et le samedi pendant l'été. Vos enfants sont maintenant adultes et vous avez du temps libre. Vous avez reçu une formation et avez suivi le cours SuperHost. Vous faites ce travail depuis quelques années. On reconnaît votre diplomatie et votre savoir-faire.

Un touriste arrive cinq minutes avant 18 h samedi soir, l'heure où ferme le bureau. (Le bureau reste fermé le dimanche.) Il cherche une chambre d'hôte. À votre connaissance, il n'en reste que quelques-unes, que vous lui offrez...



Scénario 8

Fiche C - l 'obser vateur / l 'obser vatrice

Vous voyez un touriste qui vient d'arriver au bureau de tourisme cinq minutes avant la fermeture à 18 h.

L'autre personne est une bénévole au bureau de tourisme.

Est-ce que la bénévole au bureau de tourisme réussit à trouver une solution au problème? Quels aspects de son savoir-faire et de son savoir-être l'aident/la limitent?



ACTIVITÉ F-6 : Le défilé de mannequins



BUT

Les élèves considèrent la norme d'habillement, de maquillage et d'hygiène pour différentes carrières en tourisme.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ reconnaître la tenue, l'apparence et l'hygiène appropriées à des emplois choisis en tourisme et en donner l'exemple.

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ observation
- ▶ «défilé de mannequins»
- ▶ visite chez ou plusieurs professionnels du tourisme
- ▶ discussion de classe

MATÉRIEL

- ▶ magazines, revues

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau et qualité de participation à l'activité et à la discussion
- ▶ journal de bord : les commentaires écrits de l'élève

ÉTAPES

1. Faire planifier un défilé de mannequins par les élèves.
2. Demander aux élèves de se costumer (et pour les filles, se maquiller) pour une carrière de leur choix en tourisme où l'employé(e) travaille directement avec le public.
3. Inviter un ou plusieurs professionnels du tourisme à commenter chaque mannequin (vêtements et maquillage : choix appropriés, etc.)
4. Animer une discussion des exigences d'habillement, de maquillage et d'hygiène propres aux carrières en tourisme.
5. Référer les élèves au douzième chapitre du texte.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Découper et annoter des photos provenant de revues et de magazines, surtout ceux de l'industrie touristique, qui illustrent la norme d'habillement, de maquillage et d'hygiène propre aux différentes carrières en tourisme.

ACTIVITÉ F-7 : Le service à la clientèle I



BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent l'importance d'offrir un bon service à la clientèle ainsi que ses composantes.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ pratiquer et évaluer la participation dans une équipe
- ▶ analyser la responsabilité du superviseur dans la création d'une atmosphère de travail d'équipe :
 - fixer des objectifs d'équipe (p. ex. ventes, propreté)
 - demander les suggestions et la participation du personnel
 - suivre et reconnaître la réussite individuelle (p. ex. cérémonies, prix et primes pour reconnaître la contribution du personnel, des bénévoles)
 - surveiller et adapter les objectifs en fonction du progrès de l'entreprise
- ▶ reconnaître les clients qui ont des besoins particuliers :
 - personnes âgées
 - jeunes enfants
 - personnes ayant une déficience physique
 - personnes ayant une déficience intellectuelle
 - autres cultures
- ▶ manifester son engagement à fournir un service approprié aux clients ayant des besoins particuliers
- ▶ rencontrer des personnes ayant des besoins particuliers et interagir avec elles
- ▶ prendre en compte les défis concrets que pose le service à une clientèle
- ▶ expliquer la politique du service à la clientèle en matière de :
 - comportement proactif (prévision de problèmes, de difficultés possibles)
 - remboursements, retours, échanges, échange d'un article de meilleure qualité contre un article de moindre qualité
 - objets trouvés
 - tenue vestimentaire
 - pourboires
 - aménagements touristiques
 - plaintes et conflits
- ▶ suivre les procédures appropriées en matière de service à la clientèle
- ▶ évaluer le rôle que jouent la politique du service à la clientèle et la formation en relations avec la clientèle dans la création et le maintien de l'image souhaitée dans un commerce particulier

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ expérience de travail bénévole

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ autoévaluation; évaluation de son partenaire (critères préétablis qui incluent l'emploi d'un langage verbal et non verbal professionnel, le développement d'habiletés de matière de résolution de problèmes, la politesse)

ÉTAPES

1. Regrouper les élèves en paires.
2. Demander aux élèves de trouver un service qu'ils peuvent faire pour apprendre les attitudes et comportements dont ils auront besoin dans l'industrie du tourisme. Des exemples de services sont :
 - ▶ agir comme hôte pour des visiteurs de l'école
 - ▶ pendant une fin de semaine, faire du travail bénévole pour une agence de tourisme
 - ▶ vendre des billets pour un événement scolaire
3. Demander aux élèves de faire une proposition écrite de leur idée pour un service bénévole.
4. Après avoir approuvé leurs propositions, demander aux élèves de coordonner leur service et de s'arranger pour commencer leur expérience bénévole.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ Inviter à l'école une personne ayant un handicap pour décrire l'expérience du voyage lorsqu'on a des besoins particuliers. Essayer de trouver une personne qui parle français et qui travaille dans le domaine du tourisme.

ACTIVITÉ F-8 : Le service à la clientèle II



BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent l'importance d'offrir un bon service à la clientèle ainsi que ses composantes.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ expliquer la politique du service à la clientèle en matière de :
 - comportement proactif (prévision de problèmes, de difficultés possibles)
 - remboursements, retours, échanges, échange d'un article de meilleure qualité contre un article de moindre qualité
 - objets trouvés
 - tenue vestimentaire
 - pourboires
 - aménagements touristiques
 - plaintes et conflits

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ discours d'un professionnel en tourisme
- ▶ questions à la suite du discours
- ▶ activité de rétroaction

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ participation active
- ▶ journal de bord : les commentaires écrits de l'élève

ÉTAPES

1. Inviter un francophone qui travaille dans un hôtel local de parler à la classe des services à la clientèle.
2. Au préalable, encourager les élèves à préparer des questions à poser sur variété de sujets tels que : la bonne tenue, la gestion de temps, la tenue professionnelle, les pourboires, les plaintes et les objets trouvés.
3. Pendant la présentation, les élèves doivent noter les réponses de l'invité à leurs questions.
4. Après la présentation, demander aux élèves d'inscrire dans leur journal ce qu'ils ont appris de nouveau pendant le discours et de la commenter.

ACTIVITÉ F-9: La gestion du temps



BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent l'importance de la gestion du temps dans le travail et la vie personnelle.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ expliquer des techniques de gestion du temps :
 - établissement d'objectifs
 - planification en vue des échéances
 - utilisation de systèmes d'organisation (p. ex. classer, établir des priorités, planifier l'horaire, noter les rendez-vous)
 - suivi et rectification (systèmes de repérage)
- ▶ évaluer de quelle manière les facteurs de perte de temps influencent le rendement et l'attitude
- ▶ trouver des façons de réduire les pertes de temps
- ▶ mettre au point, utiliser et évaluer un système individuel de gestion du temps

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ analyse de l'emploi de son temps
- ▶ planification pour un emploi du temps avantageux
- ▶ discussion de classe

MATÉRIEL

- ▶ Fiche F9. 1
- ▶ Fiche F9. 2

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ la qualité de la planification et du travail écrit
- ▶ l'efficacité de la gestion du plan
- ▶ participation à la discussion de classe

ÉTAPES

1. Discuter des buts de l'activité.
2. Distribuer aux élèves la fiche F9. 1.
3. Demander aux élèves de compléter la fiche en devoir.
4. Animer une discussion de classe au sujet de l'horaire fixe ou flexible (environ 10 minutes).
5. Distribuer et faire remplir la fiche F9. 2 (environ 20 minutes).
6. Animer une discussion de classe sur l'efficacité du processus, des suggestions pour un meilleur modèle, etc.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Inviter un professionnel du tourisme qui parle français à venir discuter de la gestion du temps dans son lieu de travail.

Commence à noter tes activités dès trois heures de l'après-midi. Explique tout ce que tu fais (aux cinq minutes près) jusqu'à l'heure où tu éteins la lumière pour t'endormir.

Exemple :

Nom : _____

ACTIVITÉ	HEURE	NOMBRE DE MINUTES	CODE : FLEXIBLE		FIXE
À mon casier	15 h 01 - 15h 15	14	flexible		
J'attends l'autobus	15 h 15 - 15 h 40	25	flexible		
En autobus jusque chez moi	15 h 40 - 16 h	20			fixe
				Total 39 minutes	Total 20 minutes

Date : _____

ACTIVITÉ	HEURE	NOMBRE DE MINUTES	CODE : FLEXIBLE		FIXE
				Total	Total

Où est-ce que je peux trouver du temps supplémentaire pour faire une activité voulue?

Après avoir étudié ton emploi du temps fixe et flexible, élabore un plan qui te donnera 15 minutes le soir pour faire une activité voulue (lecture, études, musique, etc.).

But :

Étapes requises pour atteindre mon but :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Comment je saurai si j'atteins mon but :

Mon progrès :

Première soirée

Deuxième soirée

Troisième soirée

Quatrième soirée

J'évalue mon progrès : _____

ACTIVITÉ F-10 : Mises en situation



BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent les questions liées à la communication, notamment en ce qui concerne les différences culturelles.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ faire preuve de sensibilité à l'égard des différences culturelles en utilisant des modes de communication acceptables

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ analyse de deux dossiers
- ▶ travail en petits groupes
- ▶ résolution de problèmes
- ▶ préparation et présentation d'un mini-discours

MATÉRIEL

- ▶ Fiches IO. 1 - IO. 2

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau et qualité de participation à l'activité et à la discussion
- ▶ analyse écrite
- ▶ présentation orale

ÉTAPES

1. Discuter des buts de l'activité.
2. Distribuer les fiches IO. 1, IO. 2 et IO. 3 (l'enseignant peut assigner à l'avance la lecture des fiches IO. 2 et IO. 3) et demander aux élèves de les lire soigneusement.
3. Demander aux élèves de travailler en groupes de 4 ou 5 pour faire la fiche IO. 1. Ils doivent à tour de rôle présenter à la classe une des réponses. Allouer environ 15 minutes.
4. Noter au tableau noir les réponses (sans répéter celles qui apparaissent plusieurs fois).

ACTIVITÉS CONNEXES

- Demander aux élèves d'écrire leur propres réponses comme devoir.

Analysez la façon dont les communications ont affecté les affaires de chaque organisme. Dans votre analyse, considérez notamment les points suivants :

1. les préparations et les recherches faites par les Canadiens avant les réunions
2. le degré de sensibilité des Canadiens
3. les gestes ou commentaires lors des réunions qui ont influencé les résultats
4. le rôle des relations sociales pour l'établissement des relations d'affaires

NÉGOCIATEURS pour VISITES FEUILLE D'ÉRABLE : Marianne Cormier, présidente; Louis LeBlanc, directeur des ventes.

NÉGOCIATEURS pour VACANCES DE RÊVES : M. Matsuda, président; Mme Teraguchi, vice-présidente; M. Sakiyama, directeur des ventes.

MISE EN SITUATION

Après avoir pris contact grâce à l'organisme TOURISME - PACIFIQUE, les deux compagnies communiquent (par courrier, télécopieur et téléphone) depuis un an. M. Sakiyama a visité le bureau de VISITES FEUILLE D'ÉRABLE à Vancouver où la direction l'a reçu à dîner.

Ils ont discuté à l'amiable de la possibilité d'offrir un contrat à VISITES FEUILLE D'ÉRABLE (conditions de l'accord telles que prix, dates, etc.) pour le logement, le transport local, les repas et les loisirs des touristes japonais en Colombie-Britannique, clients de VACANCES DE RÊVES. Il y a trois mois, VISITES FEUILLE D'ÉRABLE a envoyé une proposition à VACANCES DE RÊVES. Ensuite, VACANCES DE RÊVES a invité les représentants de VISITES FEUILLE D'ÉRABLE à visiter son siège social pour discuter de la proposition.

Il y a des implications financières très importantes pour la compagnie canadienne qui voit des possibilités d'expansion, surtout en créant des liens avec d'autres sociétés japonaises.

Reconnaissant l'importance de la visite, Mme Cormier et M. LeBlanc ont fait des préparatifs soigneux et détaillés. Ils ont beaucoup lu sur les coutumes et les traditions japonaises (ce qu'il faut faire et éviter de faire). Ils ont même assisté à un séminaire de sensibilisation interculturelle au Centre de commerce international à Vancouver. Ils ont embauché un interprète, M. Tanaka, pour les aider lors des rencontres avec les représentants de VACANCES DE RÊVES.

Premier jour

Mme Cormier et M. LeBlanc rencontrent leur interprète, M. Tanaka, et le mettent au fait des réunions et des négociations prévues. Tard l'avant-midi, ils rencontrent M. Matsuda, Mme Teraguchi et M. Sakiyama au siège de VACANCES DE RÊVES. Ils échangent des cartes d'affaires, se saluent et se serrent la main. Dans un échange très formel, les deux groupes se donnent des cadeaux. M. Matsuda offre aux Canadiens des vases antiques en porcelaine peints à la main. À son tour, Mme Cormier donne aux trois Japonais des sculptures inuites en stéatite, dont elle a fait faire un paquet-cadeau avant de quitter l'hôtel. Puisque Mme Cormier a lu que l'on n'ouvre pas de cadeau devant le donateur, ils les mettent de côté. M. Sakiyama craignait que les Canadiens ne connaissent pas cette coutume. Il éprouve un grand soulagement.

Les Canadiens et les Japonais dînent ensemble dans la salle du conseil de la compagnie japonaise où ils parlent de leurs familles. Mme Cormier apprend que M. Matsuda, comme elle, a un fils de 17 ans qui s'inscrira à l'université en septembre. Les Canadiens parlent aussi du grand plaisir qu'ils prennent à visiter le Japon. Après le dîner, les Canadiens font la visite du bureau.

Le soir, M. Matsuda et ses collègues invitent les Canadiens à souper. La conversation traite encore les familles, les loisirs, les passe-temps, etc. Ils portent plusieurs toasts à leur santé mutuelle et à de futurs échanges fructueux.

Après avoir laissé descendre les Canadiens à leur hôtel, les Japonais échangent leurs impressions des événements de s'être préparés à leur visite. Entre-temps, M. LeBlanc et Mme Cormier, eux aussi, comparent leurs impressions en espérant en avoir faites de bonnes. Mais comment savoir? De toute manière, ils croient ne rien avoir fait d'irréparable.

Deuxième jour

Le lendemain, MM. Matsuda et Sakiyama jouent au golf avec M. LeBlanc pendant que Mme Teraguchi et Mme Cormier visitent un jardin japonais classique. Pendant le dîner au restaurant du club de golf, les trois hommes échangent des blagues à propos de leur compétence au golf et des terrains de golf où ils ont joué. M. LeBlanc invite M. Matsuda à jouer avec lui s'il se trouve au Canada. Après leur visite au jardin, les dames prennent le thé sur place. Mme Cormier invite Mme Teraguchi à l'accompagner aux jardins Butchart si elle vient au Canada. L'après-midi, tous les cinq visitent les deux filiales de VACANCES DE RÊVES dans la région de Tokyo.

Le soir, M. Sakiyama et Mme Teraguchi invitent les Canadiens à souper. Ils parlent des premiers emplois qu'ils ont obtenus après leurs études postsecondaires.

En discutant du succès des rencontres, M. Sakiyama et Mme Teraguchi se disent contents que les Canadiens n'aient pas fait pression pour entamer des négociations. Celles-ci ont été fixées pour le lendemain.

Mme Cormier et M. LeBlanc se disent que leur mission se déroule bien. Ils ont envie de commencer la discussion des affaires et se sentent soulagés que cette étape commencera le lendemain.

Troisième jour

À 9 h, les Canadiens entament leurs négociations formelles avec l'équipe japonaise. M. Matsuda n'y assiste pas, mais quatre administrateurs des départements ayant rapport aux discussions accompagnent M. Sakiyama et Mme Teraguchi, ainsi que leur propre interprète. M. Tanaka est présent pour aider les Canadiens.

Au début, tout va bien. Mme Cormier et M. Sakiyama ont déjà discuté des termes du contrat proposé, puis les membres de l'équipe japonaise en ont conféré entre eux. Ils ont des questions de nature technique mais sont d'accord que l'affaire sera bonne pour VACANCES DE RÊVES.

Quand l'équipe japonaise lui pose des questions techniques, M. LeBlanc se laisse emporter par son enthousiasme tout à fait naturel de pour ses services. Il commence à louer la qualité et la variété des services et l'excellente réputation de la compagnie. En l'entendant, M. Sakiyama s'inquiète parce que, pour lui, ce n'est pas nécessaire et, de plus, il voit le malaise de son équipe. À la conclusion des remarques de M. LeBlanc, M. Sakiyama s'excuse de ne pas avoir offert une collation et commande immédiatement du thé et des pâtisseries. Pendant la pause, Mme Cormier rappelle tout doucement à M. LeBlanc que l'animateur du colloque leur a conseillé d'éviter une promotion de vente agressive. Après le thé et les pâtisseries, la réunion se termine avec des révérences, des sourires et des poignées de main de tous côtés.

L'après-midi, M. Sakiyama et Mme Teraguchi organisent une visite de la ville avec Mme Cormier et M. LeBlanc. Les Canadiens s'inquiètent de la conclusion de la réunion et se demandent s'ils ont échoué.

Le soir, les quatre soupent ensemble encore une fois, puis visitent quelques boîtes de nuit. M. Sakiyama et Mme Teraguchi sont contents que l'incident du matin ait été la seule ombre au tableau et qu'ils semblent être encore sur la bonne voie. Ils planifient une réunion pour le lendemain matin. M. LeBlanc et Mme Cormier sont satisfaits, eux aussi, de ce qu'ils semblent être encore sur la bonne voie.

Quatrième jour

Les mêmes personnes assistent à cette réunion qu'à la précédente. Pendant la réunion, les Japonais posent une autre question technique concernant un des services de VISITES FEUILLE D'ÉRABLE. Mme Cormier essaie de les rassurer par l'intermédiaire de M. Tanaka. Pendant l'interprétation, M. LeBlanc remarque un certain malaise. Il se rappelle des difficultés de traduction mentionnées dans le colloque auquel il a participé. C'est très commun. Il demande à M. Tanaka de répéter la réponse et de répondre aux questions posées en offrant des clarifications. Des sourires de l'équipe japonaise suivent la réponse suivante. Il s'agit de la prononciation d'un mot. M. LeBlanc et Mme Cormier se lancent un regard qui manifeste leur soulagement. M. Sakiyama est très content de la perspicacité et de la sensibilité des invités. La conclusion de la réunion est marquée de nouveau par le thé et des pâtisseries, ainsi que des discussions au sujet du souper qui doit être offert par les Canadiens.

M. Matsuda, M. Sakiyama, Mme Teraguchi et deux autres membres du comité de direction assistent au souper. Ils s'entendent bien et, à plusieurs reprises, ils boivent du saké au succès du projet. Les Canadiens offrent encore des cadeaux incluant des balles de golf, qui sont très chères au Japon. Comme la dernière fois, on n'ouvre pas les cadeaux, cependant les visages de M. Matsuda et de ses collègues s'épanouissent en de larges sourires. M. Matsuda se lève et porte un toast au succès des liens forgés entre eux. Puis il annonce que la compagnie sera contente de signer un contrat. Les Canadiens sont transportés de joie — et étonnés. Il ne leur reste que trois jours. Plus tard, à leur hôtel, Mme Cormier et M. LeBlanc boivent un dernier verre ensemble à leur réussite.

Cinquième et sixième jours

Le succès de leur mission assuré, Mme Cormier et M. LeBlanc passent le temps qui reste à faire les touristes et à développer d'autres relations dans le monde des affaires. Ce premier contrat leur ouvre la porte à l'un des plus grands marchés au monde.

Septième jour

Dans la salle du conseil de VACANCES DE RÊVES, une vingtaine de spectateurs applaudissent et portent des toasts aux nouvelles relations, puis on signe le contrat.

AVENTURES CANADIENNES : Alain Boissonault, président; Armelle Valois, vice-présidente

AGENCES DE VOYAGES SAKATA : M. Sakata, président; M. Iwata, directeur des ventes; Mme Moriyama, assistante de M. Iwata.

MISE EN SITUATION

La compagnie AVENTURES CANADIENNES organise des croisières le long de la côte de la Colombie-Britannique, de la baie des Glaciers jusqu'en Alaska dans un sens et jusqu'à Seattle (Washington) dans l'autre. Établie depuis 10 ans, la compagnie est devenue prospère grâce à une politique de promotion des ventes accrocheuse. La direction veut étendre ses affaires pour profiter du marché illimité de l'Asie. Elle a écrit des lettres aux grandes agences de voyages du Japon mais n'a reçu qu'une seule réponse, celle de la compagnie AGENCES DE VOYAGES SAKATA. Cette réponse était polie mais vague, ce que la compagnie AVENTURES CANADIENNES a interprété comme indiquant un certain intérêt. Par retour du courrier, la direction d'AVENTURES CANADIENNES leur a envoyé une proposition de contrat. De nouveau, la compagnie a reçu une réponse polie disant que si jamais des membres de la direction se trouvaient au Japon, la compagnie AGENCES DE VOYAGES SAKATA serait heureuse de les recevoir. Il y a une semaine, M. Boissonault a envoyé une lettre par télécopieur disant qu'il venait bientôt au Japon et qu'il voulait les rencontrer. Il n'a reçu aucune réponse.

M. Boissonault et Mme Valois pensaient rester trois jours au Japon pour conclure un marché avec AGENCES DE VOYAGES SAKATA, puis poursuivre leurs affaires à Hong Kong et peut-être en Corée aussi. Ils s'attendaient à revenir à leur bureau en Colombie-Britannique dans un délai de 10 jours. Ils ont apporté de la publicité sur leurs croisières ainsi que des cadeaux, à tout hasard.

Premier jour

M. Boissonault téléphone à AGENCES DE VOYAGES SAKATA tôt le matin et demande à parler à M. Iwata. Quand M. Iwata répond, M. Boissonault lui donne son nom et lui explique son but. M. Iwata, dont l'anglais n'est pas fort, est confus. Il n'a aucun souvenir de la correspondance de M. Boissonault ni d'une proposition de contrat. M. Boissonault lui répond en tout répétant, mais plus lentement et bien plus fort. M. Iwata lui dit qu'il fouillera ses dossiers puis rappellera.

«Qu'est-ce qu'ils ont, ces gens-là?» demande M. Boissonault. «Ne sont-ils pas capables de mettre de l'ordre dans leurs affaires?»

Deux heures plus tard, au moment où M. Boissonault commence à être hors de lui, M. Iwata téléphone. Il a trouvé la lettre de M. Boissonault. Il est confus puisque aucun rendez-vous a été pris. Cependant, il invite M. Boissonault et Mme Valois à venir le rencontrer pendant l'après-midi.

Au bureau d'AGENCES DE VOYAGES SAKATA, M. Iwata salue poliment M. Boissonault et Mme Valois en leur présentant sa carte d'affaires. Les deux la mettent tout de suite dans leur poche et lui présentent la leur. Ils s'impatientent tandis qu'il lit soigneusement chaque carte, la lecture suivie d'une révérence. Maladroitement, eux aussi saluent à leur tour.

Dans la salle du conseil d'AGENCES DE VOYAGES SAKATA, M. Boissonault fait des blagues concernant la bureaucratie tatillonne qu'il a dû subir pour pouvoir apporter quelques petits cadeaux. Fouillant dans un sac, il sort une bouteille de scotch sans emballage-cadeau, qu'il donne à M. Iwata en lui adressant un large sourire jovial. «Je sais que ces choses vous coûtent très cher», dit-il. Inexpressif, M. Iwata accepte le cadeau et appelle son assistante, Mme Moriyama. En japonais, il lui demande de préparer en vitesse deux cadeaux, de les apporter, puis de faire fonction d'interprète.

Mme Moriyama revient vite avec deux petits cadeaux joliment emballés. Avec une révérence, M. Iwata les offre à M. Boissonault et à Mme Valois. Ils les ouvrent et trouvent dans chacun un bol noritake. Ils les regardent pendant un moment. «Qu'est-ce que je dois faire avec ça?» pense M. Boissonault. Avec un haussement d'épaules, il dit merci.

Ensuite, il demande à M. Iwata ce qu'il pense de la proposition soumise. Mme Moriyama demande de la part de M. Iwata s'ils aimeraient prendre du thé. Avec impatience et un signe de la main, il indique que non. Il lui rappelle qu'il est là pour faire des affaires. A-t-il lu la proposition?

M. Iwata affirme qu'il l'a lue et la trouve «très intéressante». M. Boissonault lui demande son avis — serait-il possible de conclure un marché où la compagnie japonaise vendrait des vacances AVENTURES CANADIENNES à ses clients pour une considération financière intéressante?

«C'est difficile à dire», répond M. Iwata, de manière énigmatique.

M. Boissonault sort de sa serviette des dépliants en couleur qu'il distribue à M. Iwata et à Mme Moriyama. Ils les étudient longtemps malgré qu'ils ne peuvent pas lire l'anglais suffisamment bien pour les comprendre.

M. Boissonault poursuit. Ses croisières étant les meilleures pour le prix, AGENCES DE VOYAGES SAKATA connaîtrait des profits exceptionnels.

M. Iwata demande aux Canadiens s'ils aimeraient prendre des biscuits. De nouveau, M. Boissonault refuse. Il veut continuer la discussion de sa proposition. Il rappelle à M. Iwata qu'ils sont venus de loin, ce qui leur a coûté très cher. Il y a un silence prolongé. M. Boissonault et Mme Vaillancourt se lancent un coup d'oeil. Est-ce que cet homme est un idiot, se demande M. Boissonault.

M. Boissonault rompt le silence en demandant à Mme Moriyama s'ils parlent en effet avec la mauvaise personne. Devraient-ils parler au président de la compagnie?

Mme Moriyama répond que cela pourrait causer des difficultés. M. Iwata dit aux Canadiens qu'il aura besoin de temps pour considérer leur proposition et pour consulter ses collègues. Peut-être pourraient-ils revenir la semaine suivante?

Furieux, M. Boissonault se met en colère. Son intention est d'être à Hong Kong dans quatre jours et en Corée la semaine suivante. Ne pourraient-ils pas avoir une réponse plus tôt? M. Iwata lui demande de téléphoner le lendemain.

Exaspérés, les Canadiens rentrent à leur hôtel. Dans le taxi, dans un excès de colère, M. Boissonault explose. «Qu'est-ce qu'ils ont, ces gens? Ne reconnaissent-ils pas un bon marché quand il est bien là devant leurs yeux?»

Au bureau d'AGENCES DE VOYAGES SAKATA, M. Iwata demande à Mme Moriyama si jamais elle a rencontré un homme manquant autant de tact que M. Boissonault. Pourquoi essaieraient-ils de vendre les croisières d'une compagnie aussi maladroite? Avec un haussement des épaules, les deux se remettent au travail.

Deuxième jour

Après une soirée désagréable à Tokyo, où il a trouvé le prix du steak et du whisky extrêmement élevé, M. Boissonault téléphone de nouveau à M. Iwata. A-t-il considéré la proposition? M. Iwata invite les Canadiens à revenir au bureau l'après-midi.

Encore une fois, une réception cordiale les attend. M. Iwata leur offre du thé et des biscuits de riz. M. Boissonault en accepte. «À Rome il faut vivre comme les Romains», se dit-il en gloussant.

Il reprend la discussion de la veille. Ont-ils eu le temps d'étudier la proposition de près et de consulter leurs collègues? Mme Moriyama interprète la réponse de M. Iwata en disant qu'il a été pris au dépourvu. C'est un concept que la compagnie n'a jamais considéré.

«Les gens de chez nous les adorent, plaisante M. Boissonault, et les Japonais les aimeront aussi quand ils pourront sauter sur l'occasion.»

«Nous offrons déjà diverses croisières à nos clients. Il y en a une de San Francisco à l'Alaska avec un arrêt à Vancouver. Mais nous trouvons que les Japonais aiment mieux les croisières méditerranéennes et caraïbes», répond M. Iwata. Suit un long silence.

«Alors vous dites non à ma proposition?» demande M. Boissonault.

«La proposition est excellente. Les croisières semblent excellentes. Peut-être un jour pourrions-nous la considérer.»

En frappant la table du poing, M. Boissonault demande pourquoi la lettre de M. Iwata manifestait de l'intérêt. «Pourquoi ne m'avez-vous pas donné une réponse franche?» M. Iwata ne comprend-il pas combien ça coûte de venir au Japon! Comprenant que la réunion se termine, M. Boissonault et Mme Vaillancourt se lèvent. Leur voyage au Japon est un échec.

En offrant ses excuses, M. Iwata se lève et incline la tête.

Avec indignation, Mme Vaillancourt et M. Boissonault partent. En attendant le taxi, d'une voix rageuse, M. Boissonault remarque : «C'est tout à fait comme on le dit, il est impossible de faire des affaires avec ces gens-là. J'espère que les Coréens, eux, savent reconnaître une affaire.»

ACTIVITÉ F-11: La communication efficace et appropriée



BUT

Les élèves apprécient l'importance des techniques de communication pour les professionnels du tourisme et s'y exercent.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ s'exercer à la rédaction technique dans divers types de lettres d'affaires
 - réécrire
 - répéter
- ▶ s'exercer à rédiger des notes de services d'entreprise :
 - demander des renseignements utiles
 - choisir des données importantes
 - donner une information claire et concise
 - estimer la durée
 - exécuter
 - évaluer
- ▶ analyser les étapes qui mènent à une présentation orale efficace :
 - définir le but de la présentation
 - évaluer l'auditoire
 - rechercher le sujet
 - dresser la liste des points principaux
 - organiser
 - rédiger la première ébauche
 - réviser
- ▶ reconnaître les caractéristiques d'un orateur efficace
- ▶ analyser les styles de présentation
- ▶ faire preuve d'habileté à communiquer oralement
- ▶ adopter une attitude professionnelle dans les communications orales et écrites
- ▶ utiliser efficacement la communication symbolique (p. ex. expositions, brochures, tableaux d'affichage) :
 - message clair, concis
 - fort effet visuel
 - adapté au groupe cible et au sujet

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ divers (voir l'Ensemble de ressources intégrées *Communications professionnelles et techniques I2*)

MATÉRIEL

- ▶ ressources recommandées pour le cours *Communications professionnelles et techniques I2*
- ▶ *Le français au bureau* (quatrième édition), par Noëlle Guilloton et Hélène Cajolet-Laganière. On peut le commander chez :
Les Publications du Québec
1500D, boulevard Charest Ouest
Québec (Québec)
GIN 2E5

MESURE ET ÉVALUATION

s/o

ÉTAPES

s/o

ACTIVITÉ F-12 : La communication non verbale



BUT

Les élèves apprécient les difficultés d'un visiteur/touriste qui ne comprend ni le français ni l'anglais et trouvent des moyens de communiquer avec eux (y compris les moyens non verbaux).

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ illustrer des façons de communiquer avec les visiteurs ne parlant ni l'anglais ni le français :
 - interprètes
 - gestes
 - cartes
 - symboles mathématiques
 - dessins
 - dictionnaires interculturels
- ▶ persévérer à communiquer jusqu'à ce que les besoins ou désirs du client soient satisfaits

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ jeux de rôles
- ▶ résolution de problèmes
- ▶ discussion

MATÉRIEL

- ▶ Fiches FI2. 1 - FI2. 4

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau d'effort et qualité du travail, incluant l'analyse de leur solution
- ▶ ingéniosité
- ▶ contribution à la discussion de groupe

ÉTAPES

1. Demander aux élèves de choisir un(e) partenaire.
2. Distribuer une des quatre fiches à chaque groupe de deux.
3. Demander aux élèves de préparer un «dialogue» selon la fiche.
4. Demander à chaque groupe de présenter son sketch suivi d'une explication de la façon dont ils ont abordé le problème.
5. Animer une discussion sur les questions soulevées.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Discuter avec les élèves des avantages du bilinguisme/plurilinguisme en tourisme.

FICHE F12.1**Dialogue #1****Les personnages :**

- ▲ un(e) étudiant(e) donne des renseignements au guichet du bureau de tourisme de votre région pour l'été
- ▲ un(e) touriste d'outre-mer qui ne comprend ni le français ni l'anglais

La situation initiale :

- ▲ Le/La touriste veut trouver une chambre d'hôte pour trois nuits. Il/Elle veut que la chambre donne sur la mer et soit d'un prix raisonnable.

**Fiche F12.2****Dialogue #2****Les personnages :**

- ▲ un serveur/une serveuse qui travaille dans un restaurant de type familial dans votre région
- ▲ un(e) touriste d'outre-mer qui ne comprend ni le français ni l'anglais

La situation initiale:

- ▲ Le/La touriste veut commander du poulet, des légumes et du thé.

**Fiche F12.3****Dialogue #3****Les personnages :**

- ▲ un(e) employé(e) du bureau de tourisme
- ▲ un(e) touriste d'outre-mer qui ne comprend ni le français ni l'anglais

La situation initiale :

- ▲ Le/La touriste veut savoir où il/elle peut aller voir la faune de votre région. Il/Elle a une voiture louée.

**Fiche F12.4****Dialogue #4****Les personnages :**

- ▲ le/la réceptionniste de l'hôtel de votre région où loge le/la touriste
- ▲ un(e) touriste d'outre-mer qui ne comprend ni le français ni l'anglais

La situation initiale :

- ▲ Le/La touriste veut savoir comment revenir à Vancouver pour son vol du lendemain.

ACTIVITÉ F-13 : Les dangers des stéréotypes

D
U
R
É
E



1-3 heures

BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent les dangers des stéréotypes et essaient de les éviter dans leurs communications.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ évaluer l'effet des clichés sur la communication

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ jeux de rôles
- ▶ rétroaction et discussion

MATÉRIEL

- ▶ Fiches FI3.1 - FI3.4

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau d'effort et qualité du travail oral et écrit
- ▶ contribution à la rétroaction
- ▶ contribution à la discussion de groupe

ÉTAPES

1. Demander aux élèves de choisir un(e) partenaire.
2. Distribuer une des quatre fiches à chaque groupe de deux.
3. Demander aux élèves de préparer un «dialogue» selon la fiche. (Le texte qu'ils ont donné les paroles d'un des deux personnages seulement.)
4. Suite à une présentation, demander aux élèves d'indiquer le préjugé/stéréotype évident dans le dialogue.
5. Demander aux élèves de réécrire leur dialogue pour éliminer les préjugés/stéréotypes et de créer un ton réceptif.
6. Animer une discussion sur des questions soulevées.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ Planifier la visite en classe d'un professionnel du tourisme francophone pour discuter de la question.
- ▶ Discuter des difficultés que les élèves ont pu vivre à cause de leur appartenance à un groupe identifié (francophone, immersion).

Les personnages :

- A un(e) étudiant(e) qui donne des renseignements au guichet du bureau de tourisme d'une petite ville pendant l'été
- B un(e) touriste d'un autre pays

La situation initiale :

- ▲ Le/La touriste veut trouver un hôtel pour un séjour de deux nuits. Il/Elle a loué une voiture et veut voir avec son époux/épouse les grands espaces et la nature du Canada.

Le dialogue :

A : Oui?

B : ...

A : Mais vous autres, n'est-ce pas que vous voulez toujours un hôtel de grand luxe?

B : ...

A : Ici les services ne sont pas comme on les trouve à Tokyo, à Hong Kong ou à Vancouver.

B : ...

A : Où est stationné votre autocar? Il y a, sans doute, une réservation de groupe à notre meilleur hôtel.

B : !!!

Les personnages :

A l'hôte/l'hôtesse d'un restaurant de type familial de votre région

B le serveur/la serveuse

La situation initiale :

▲ Deux touristes asiatiques entrent dans le restaurant. On les place à une table. Ils regardent leur carte.

Le dialogue :

B : Avec un si grand nombre de clients asiatiques ce soir, je vais avoir de la difficulté à me rappeler de qui veut quoi.

A : ...

B : Mais ils se ressemblent tellement qu'on ne peut pas les distinguer les uns des autres — les cheveux, les yeux et tout.

A : ...

B : Je pense qu'ils aimeraient mieux manger à l'Auberge Chunkin.

A : ...

B : Moi, j'aimerais mieux qu'ils mangent avec leurs semblables.

A : ...

B : Madame, monsieur, prenez- vous un apéritif?

Les personnages :

A un(e) employé(e) d'un bureau de tourisme dans l'intérieur de la province

B un(e) touriste, enseignant(e) autochtone de Vancouver

La situation initiale :

- Le/La touriste veut rester à un ranch qui reçoit des visiteurs. Il/Elle n'a jamais monté à cheval mais a vraiment envie de le faire.

Le dialogue :

A : Oui?

B : ...

A : Mais vous autres, voilà ce que vous faites de tous les jours, n'est-ce pas?

B : ...

A : Vous demeurez à Vancouver! Ah! vous faites de la sculpture sur bois pour les touristes?

B : ...

A : Ah, vous travaillez avec les ivrognes.

B : !!!

A : J'appelle tout de suite.

Les personnages :

A le/la réceptionniste d'un l'hôtel de votre région où veut loger le/la touriste

B un(e) touriste en fauteuil roulant

La situation initiale :

▲ Le/La touriste se présente à la réception.

Le dialogue :

A : ...

B : Je veux une chambre pour un séjour d'au moins une semaine.

A : ...

B : Si vous me la passiez je pourrais remplir la carte moi-même.

A : ...

B : Je pourrais même trouver ma chambre si vous m'en donnez la clé!

A : ...

B : En effet, je peux lire, mais je voudrais que le chasseur apporte mes bagages.

ACTIVITÉ F-14 : Le rapport du capital investi

D
U
R
É
E



2-3 heures plus devoirs

BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent la notion de rapport du capital investi et peuvent la défendre.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ défendre la notion de rapport du capital investi

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ activité de planification
- ▶ conception ou création d'un produit

MATÉRIEL

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ autoévaluation et évaluation mutuelle
- ▶ qualité des plans d'affaires

ÉTAPES

1. Diviser les élèves en groupes de quatre.
2. Demander à chaque groupe de créer/imaginer un produit pour le tourisme (p. ex. un souvenir) qui pourrait être vendu à grand profit. Les élèves devront choisir un produit pour lequel ils pourront faire un modèle ou un dessin.
3. Les élèves doivent décider d'un plan d'affaires pour leur produit. Le plan devrait viser un investisseur imaginaire (ou réel, p. ex. la banque). Le plan devrait donc indiquer le capital requis, le prix des matériaux, le prix final, la publicité prévue, le marché visé, le temps requis pour toucher un profit, etc.
4. Une fois que les groupes auront soumis leurs plans, en faire des copies pour tous les autres groupes. Faire une critique d'un ou de plusieurs des plans d'affaires avec toute la classe. Demander aux élèves de calculer le rapport du capital investi dans le produit et de le comparer avec le rapport de ce même montant si on le plaçait à la banque pour en obtenir les intérêts.
4. Les élèves feront une évaluation des plans des autres groupes en considérant la rentabilité de leurs produits.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ Inviter un francophone de la région de venir parler du marketing de ses produits (touristiques ou autres).

ACTIVITÉ F-15 : Les responsabilités des professionnels du tourisme — sécurité et responsabilités contractuelles

D
U
R
É
E  2-4 heures

BUT

Les élèves montrent qu'ils connaissent et apprécient les responsabilités des professionnels du tourisme en matière de sécurité des clients et des employés, ainsi que les contrats s'y rattachant.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ reconnaître l'importance de satisfaire aux conditions sanitaires quand on est en contact avec le public dans l'industrie du tourisme (p. ex. dépistage de la tuberculose, bilan médical régulier)
- ▶ distinguer entre les contrats explicites et implicites
- ▶ analyser les notes de service, les brochures, les termes du billet et les déclarations verbales en tant que contrats de service implicites ou explicites
- ▶ exprimer les problèmes que peuvent entraîner les obligations contractuelles :
 - exemples de poursuite judiciaire pour inexécution de contrats dans le domaine de l'industrie du tourisme
 - comprendre l'importance des enjeux de responsabilité partagée entre employés et consommateurs
 - comprendre les responsabilités des établissements de tourisme en matière de sécurité publique :
 - service de boissons géré de manière responsable (*Hotelkeeper's Act, Loi sur la réglementation des alcools*)
 - panneaux indicateurs en nombre suffisant (p. ex. dangers associés à la natation)
 - entretien de la propriété
 - protection contre le vol et les dommages
 - manipulation sanitaire des aliments
 - mesures de sécurité dans les endroits dangereux (p. ex. descente de rapides)

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ projet de recherche
- ▶ «carrousel»
- ▶ discussion

MATÉRIEL

- ▶ Fiche F15. I
- ▶ *Foodsafe*
- ▶ Lois et règlements de la province

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité des recherches et de la discussion
- ▶ contribution au travail de groupe

ÉTAPES

1. Diviser la classe en 8 groupes de travail.
2. Distribuer une tâche (voir la fiche F15. I) à chaque groupe d'élèves.
3. Demander aux élèves de préparer un projet écrit selon la fiche.
4. Suite à la préparation des projets, faire un «carrousel» où chaque groupe lit/visionne à tour de rôle les autres projets et écrit des questions soulevées par la lecture, ainsi qu'une courte appréciation du projet.
5. Animer une discussion sur les questions soulevées.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Planifier et faire une visite à un hôtel ou un motel de la région pour étudier son système de sécurité.

**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #1 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de satisfaire aux conditions sanitaires quand on est en contact avec le public dans l'industrie du tourisme. Discuter du dépistage de la tuberculose, du bilan médical régulier, etc.

Ressources : Foodsafe
un restaurant ou un hôtel avec restaurant



**FICHE F15 .1 LES RESPONSABILITÉS DES PROFESSIONNELS DU TOURISME —
SÉCURITÉ ET RESPONSABILITÉS CONTRACTUELLES**

Groupe #2 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de comprendre et d'assumer les responsabilités en matière de sécurité publique dans le service de boissons alcooliques.

Ressources : Hotelkeeper's Act
Loi sur la réglementation des alcools
un hôtel avec un service de boissons alcooliques



**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #3 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de comprendre et d'assumer les responsabilités en matière de sécurité publique dans l'emploi de panneaux indicateurs en nombre suffisant (p. ex. dangers associés à la natation).

Ressources : un hôtel ayant une piscine et/ou un gymnase



**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #4 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de comprendre et d'assumer les responsabilités en matière de sécurité publique dans l'entretien de la propriété.

Ressources : Hotelkeeper's Act
un hôtel ou un motel



**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #5 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de comprendre et d'assumer les responsabilités en matière de sécurité publique dans la protection contre le vol et les dommages.

Ressources : un hôtel ou un motel



**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #6 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de comprendre et d'assumer les responsabilités en matière de sécurité publique dans la manipulation des aliments.

Ressources : Foodsafe
un restaurant ou un hôtel avec restaurant



**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #7 Faire des recherches et expliquer pourquoi il est important de comprendre et d'assumer les responsabilités en matière de mesures de sécurité dans les endroits dangereux (p. ex. descente de rapides).

Ressources : une entreprise qui fait la descente de rapides, de l'hélicoptère
un avocat



**Fiche F15 .1 Les responsabilités des professionnels du tourisme —
sécurité et responsabilités contractuelles**

Groupe #8 Faire des recherches et expliquer la distinction entre les contrats explicites et implicites, ainsi que les problèmes que peuvent entraîner les obligations contractuelles.

Ressources : les ressources utilisées en Droit I2
la chambre de commerce locale
un avocat



ACTIVITÉ F-16 : La vente et le professionnel du tourisme (les idées ci-dessous viennent du programme d'études Marketing 12)

**D
U
R
É
E**  2-3 heures

BUT

Les élèves montrent qu'ils comprennent l'importance des compétences propres aux vendeurs dans l'industrie du tourisme.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ reconnaître et expliquer les caractéristiques et les compétences des vendeurs qui réussissent :
 - créer une première impression positive
 - reconnaître les styles de comportement du client (p. ex. distrait, bavard, querelleur)
 - adapter la technique de vente aux types de clients (p. ex. le badaud, le client décidé et le client indécis)
 - traiter les plaintes des clients
- ▶ justifier l'importance de connaître le produit
- ▶ utiliser les techniques de communication requises pour la réussite dans le domaine de la vente (p. ex. protocole téléphonique, clarté, conclusion de la vente, etc.)
- ▶ décrire et adapter les attributs intellectuels, physiques et sociaux de vendeurs qui réussissent

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ présentation par l'enseignant
- ▶ activités écrites
- ▶ discussions

MATÉRIEL

- ▶ Fiches FI6. 1 - FI6. 6

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité du travail écrit
- ▶ originalité
- ▶ contribution aux discussions

ÉTAPES

1. Présenter les notions de base (Fiche FI6. 1).
2. Distribuer aux élèves les fiches FI6. 2 - FI6. 6.
3. Expliquer les fiches FI6. 2 et FI6. 3).
4. Demander aux élèves de se référer aux fiches FI6. 2 et FI6. 3 quand ils font les activités (FI6. 4 - FI6. 6).
5. Les élèves pourraient faire ces activités seuls ou en petits groupes, l'avantage du petit groupe étant l'échange d'idées.
6. Demander aux élèves de partager leurs meilleures idées.
7. Animer une discussion sur les questions soulevées, notamment les limites morales, juridiques et esthétiques qui doivent contraindre le vendeur et l'agence publicitaire.

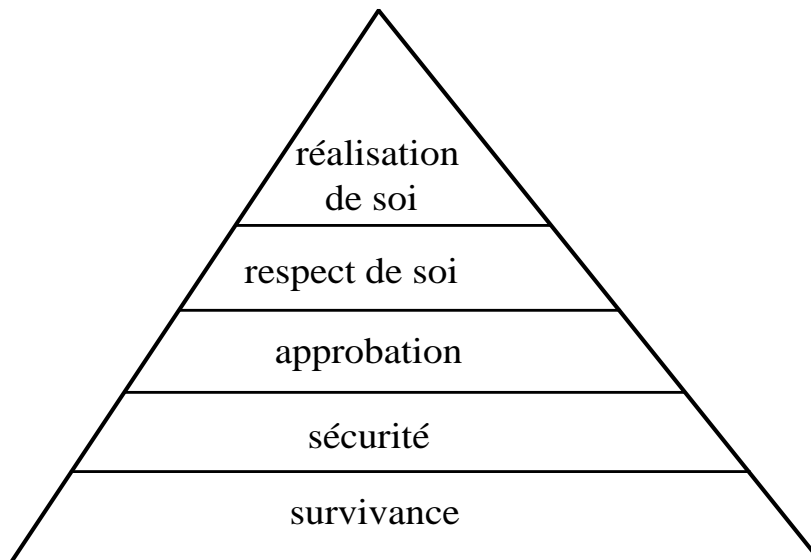
ACTIVITÉS CONNEXES

- ▲ Analyser des exemples de la publicité touristique.

FICHE F16.1 POINTS À SOULEVER DANS LA PRÉSENTATION DES ACTIVITÉS QUI ILLUSTRENT LES COMPÉTENCES PROPRES AUX VENDEURS EN TOURISME

- ▶ Un plan de marketing qui ne tient pas compte du client échouera.
- ▶ Les études de marché visent les attitudes, les préférences, etc. des clients.
- ▶ Tous ceux qui font de la vente, de la promotion ou de la publicité doivent savoir ce qui motive le consommateur. Ils doivent pouvoir faire des généralisations utiles par rapport aux clients pour bien réussir.
- ▶ Le sens commun voudrait que plus on en a, moins on en veut. Cependant, dans notre société, que c'est le contraire qui arrive. La hiérarchie de Maslow nous aide à comprendre pourquoi tel est le cas. (Voir Fiche F16. 2.)
- ▶ Les annonces publicitaires atteignent leur but quand elles font appel aux **besoins** du consommateur. Dans une page ou moins, l'annonce doit attirer l'attention du lecteur et stimuler un besoin, soit par la manchette, soit par l'illustration, soit par le texte.
- ▶ Certaines différences démographiques influencent l'approche du vendeur. On appelle les **segments du marché** les regroupements de la population selon, par exemple, l'âge, le sexe, le revenu, l'origine ethnique, l'emplacement (rural, urbain, etc.).
L'étude des différences de motivation d'après les segments du marché aide beaucoup au marketing d'un produit en rétrécissant le point de mire.
- ▶ Les différences démographiques ne sont pas les seules considérations. On peut aussi classer les consommateurs d'après une typologie psychologique. (Voir Fiche F16. 3.)
- ▶ On n'offre que 3 façons de classer les consommateurs. Il y en a d'autres mais ces trois sont les plus utiles. Il y a, par exemple, une façon informelle de classer le client potentiel (quelqu'un qui entre dans une boutique illustre le point). Le client est **décidé, indécis** ou **badaud**. Cependant, cette façon de classer les consommateurs ne rend pas service à ceux qui préparent la publicité.
- ▶ Il est important de distinguer entre les **traits** à promouvoir d'un produit ou d'un service et ses **avantages** pour le client (Voir Fiche F-16. 6). La capacité de traduire les traits en avantages est importante pour le vendeur comme pour l'agent de publicité.

La hiérarchie des besoins d'Abraham Maslow est un modèle utilisé par les experts en marketing pour expliquer les motivations variées des acheteurs (pourquoi ils veulent ou ont besoin d'un produit ou d'un service quelconque). Il classe les besoins humains en commençant par la survivance fondamentale puis avance vers les besoins plus complexes — les besoins sociaux.



Réalisation de soi : Ayant satisfait les besoins des quatre premiers niveaux, les gens ont besoin de se réaliser ou de relever des défis pour s'épanouir pleinement.

Respect de soi : C'est un besoin social qui a trait à la perception de soi. Plus cette perception est positive, plus on se respecte.

Approbation : Ayant satisfait les besoins de survivance et de sécurité, l'individu a besoin d'être aimé.

Sécurité : C'est un besoin qui a trait à la protection et à la sécurité pour soi-même, sa famille et ses biens.

Survivance : Ce besoin est surtout physique; il englobe les besoins de nourriture, d'eau, d'abri et de sommeil pour pouvoir survivre.

FICHE F16.3 UNE FAÇON DE CLASSER LES CONSOMMATEURS

La façon dont le consommateur fait ses choix est lié aux facteurs tels que la manière dont il a été élevé, sa personnalité et son style de vie ainsi que ses normes et valeurs culturelles (ce qui est « acceptable »). Bien qu'il n'y ait pas de consommateurs identiques, les professionnels du marketing ont pu classer quelques comportements dont les exemples ci-dessous sont utiles pour préparer une campagne de publicité.

1. Le consommateur conservateur, traditionnel : il a tendance à choisir les mêmes produits de nettoyage que ses parents.
2. Le consommateur spontané, irréfléchi : ayant vu une publicité pour ce produit à la télévision, il est prêt à courir le risque et acheter quelque chose de nouveau et de différent.
3. Le consommateur conscient de son standing : il cherche les produits prestigieux en se glorifiant du prix élevé.
4. Le consommateur économe : il ignore la marque et cherche le meilleur prix.
5. Le consommateur conformiste : pour se sentir membre du groupe, il achète la marque la plus populaire.
6. Le consommateur individualiste : il cherche ce qu'il veut dans les boutiques spécialisées parce qu'elles répondent à son individualité.

Écrire cinq slogans publicitaires (d'au plus 10 mots) pour promouvoir un produit ou un service identifié par l'enseignant. En faire un qui vise chaque niveau de la hiérarchie de Maslow. (Voir l'exemple ci-dessous qui vend une boisson non alcoolisée.) On peut utiliser deux fois le même slogan s'il vise plus d'un niveau.

Exemple :

Produit ou service : Boisson non alcoolisée

<i>Niveau</i>	<i>Slogan</i>
Survivance	Calme ta soif!
Sécurité	Y fait chaud? Bois X pour ta santé!
Approbation	Sois de la partie! Bois X.
Respect de soi	Bois X. Tu le mérites!
Réalisation de soi	Faites-vous plaisir avec le summum de bon goût!

Produit ou service :

<i>Niveau</i>	<i>Slogan</i>
Survivance	
Sécurité	
Approbation	
Respect de soi	
Respect de soi	

Segment du marché	Motivation	Type de produit ou de service
adolescents	survivance	restaurant
adolescentes	sécurité	transport
jeunes couples sans enfants	approbation	logement
plus de 50 ans, enfants partis	respect de soi	loisir
plus de 65 ans, veuf/veuve	réalisation de soi	vacances
dans la quarantaine, avec adolescents		nourriture

1. Regarde les trois colonnes ci-dessus. Pour chaque produit/service, identifie le segment du marché ou la motivation à acheter qui, selon toi, conviendrait le mieux.

Segment du marché	Motivation
disques compacts	
manteau de fourrure	
motoneige	
assurance-vie	
perceuse électrique	
club de santé	

2. Choisis un **Segment du marché** et un autre **Type de produit ou de service**. Décris des produits ou des services selon le type de produit ou de service et le segment du marché que tu as choisis. Voir l'exemple ci-dessous — Il est fort probable qu'un jeune couple sans enfants s'intéressera à sa carrière et aura des revenus assez importants. Donc, il choisirait des aliments de haute qualité et de préparation rapide.

exemple :

Segment du marché	Type de produit ou de service	Produit ou service
jeune couple sans enfants	nourriture	aliments de haute qualité et de préparation rapide

3. Maintenant, choisis la motivation que tu trouves la plus pertinente.

Si un marchand veut qu'un client sache qu'il lui sera profitable d'acheter un produit ou service quelconque, il faut lui vendre les avantages. Quand on traduit les traits d'un produit/service en avantages, on peut utiliser cette formule :

TRAIT + PERFORMANCE = AVANTAGE

(Ce qu'est le produit/trait) (Ce que fait le produit/trait) (Ce que le produit/trait représente pour le consommateur)

Compléter le tableau suivant :

Séchoir à cheveux	Performance	Avantage
Élément électrique de 1000 watts Interrupteur de sécurité	Fait sécher les cheveux plus rapidement	On ne s'inquiète ni de l'incendie ni des dégâts
Veste de ski	Performance	Avantage
Pèse-personne	Performance	Avantage

ACTIVITÉ F-17 Les cultures, ressemblances et différences

D
U
R
É
E



2-3 heures plus recherches/devoirs

BUT

Les élèves se montrent sensibles aux ressemblances et aux différences entre les clients qui viennent d'une multitude de groupes culturels.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ reconnaître que les attentes et comportements des clients sont influencés par leur origine; cette notion englobe le lieu géographique, la race, la religion, la langue, la position sociale, etc.
- ▶ analyser différentes valeurs culturelles ayant trait au service :
 - alimentation
 - logement
 - prix (p. ex. marchandage concernant les biens et services)
- ▶ souligner les manières de servir des clients de différentes cultures dans des situations en rapport avec le tourisme
- ▶ comparer divers styles culturels de communications, y compris les salutations, les sujets de conversation, les techniques de communication et les mouvements

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ recherches/entrevues
- ▶ discussion
- ▶ mini-projets (de groupe ou individuels)
- ▶ présentation à la classe

MATÉRIEL

- ▶ Fiches FI7.I-17.6
- ▶ bibliothèque, etc.

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité des recherches, mini-projet
- ▶ contribution à la discussion de groupe
- ▶ présentation du projet

ÉTAPES

1. Animer une discussion sur les expériences personnelles des élèves où ils ont pris conscience des différences culturelles (espace personnel, contact visuel, franchise, notions de politesse, etc.).
2. Distribuer la fiche F17.2 et demander aux élèves de la lire.
3. Animer une discussion de classe sur les points soulevés.
4. Distribuer les fiches F17.1 et F.17.3 à F17.6. Donner la date de présentation des projets.
5. Organiser un partage des projets et une discussion des ressemblances et des différences entre les clients venant d'une multitude de groupes culturels.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Faire une vidéo de la présentation des projets au lieu de le faire «en direct» et présenter une «émission» avant la discussion.

1. Décider si l'on travaille seul ou en équipe. Ceux qui préfèrent travailler en équipe doivent choisir leur(s) partenaire(s).
2. Choisir un groupe culturel dont les membres sont souvent des touristes au Canada. (En Colombie-Britannique ce sont surtout les Américains, les Japonais, les gens de la Grande-Bretagne, les Allemands, les Français, les Asiatiques en général et un certain nombre d'Australiens, de Néo-Zélandais et de gens qui parlent espagnol.) S'assurer que tous les groupes importants ont été choisis.
3. Après avoir fait des recherches (F17.3, F17.4, F17.5, F17.6, ressources de la bibliothèque de l'école ou de la communauté, entrevues avec des professionnels du tourisme, etc.), préparer un livret qui présente les recherches sous les titres suivants :
 - ▶ les valeurs culturelles ayant trait à l'alimentation
 - ▶ les valeurs culturelles ayant trait au logement
 - ▶ les valeurs culturelles ayant trait à la vente (p. ex. au marchandage des biens et services)
 - ▶ le service aux clients (groupe culturel) dans des situations en rapport avec le tourisme (ne pas oublier de leur suggérer des activités)
 - ▶ comment saluer (paroles et gestes) un client (groupe culturel) dans sa langue
4. Préparer une présentation d'environ 3 minutes. Faire apprendre à la classe comment saluer un client (groupe culturel choisi) dans sa langue et offrir des suggestions pour éviter des gaffes (politesse, etc.).

(extraits de *Cross-Cultural Business Communications, Business Management 12*)

Notre société, comme toute autre société, utilise des signaux communs verbaux et non verbaux sans lesquels elle ne saurait fonctionner.

Mais qu'arrive-t-il lorsque nous communiquons avec des membres d'une autre société/culture? Bon nombre de signaux que nous interprétons facilement au sein de notre culture ont une signification différente pour ceux qui viennent d'ailleurs. Lorsqu'on communique avec des gens d'une autre culture, il est important de considérer les points suivants :

- ▶ le comportement est le produit d'un milieu socioculturel
- ▶ aucune culture au monde n'est identique à la nôtre
- ▶ chaque peuple pense que le comportement provenant de sa culture est rationnel et correct
- ▶ on ne peut jamais convaincre les membres d'une autre société que leur comportement et leur communication n'ont pas de sens
- ▶ quand quelqu'un d'une autre société agit d'une façon que nous trouvons bizarre, c'est simplement qu'il/elle n'agit pas comme un des nôtres

Inconsciemment ou non, nous voulons qu'ils agissent comme nous. Cela nous simplifierait la vie.

Notre comportement paraît souvent peu logique aux gens d'une autre culture — ils voudraient eux aussi que nous soyons comme eux. Les cultures évoluent de façon indépendante; ce que nous appelons progrès peut paraître aux autres sociétés peu avancé ou sous-développé. Par exemple, plusieurs cultures valorisent la famille étendue. Les aînés vivent avec leurs enfants et leurs petits enfants. La tendance chez nous est maintenant à la séparation des personnes âgées; elles doivent souvent passer leurs dernières années dans une maison de retraite ou un asile de vieillards, une pratique considérée barbare par certaines cultures.

Mais pourquoi apprendre à communiquer avec les gens des autres cultures? Nous nous débrouillons au sein de notre société, et voilà ce qui est important, n'est-ce pas? Au contraire.

Au cours du vingtième siècle, le monde a rétréci. On franchit les distances entre les frontières nationales grâce à des moyens de transport de plus en plus rapides et une télécommunication instantanée. Il en résulte un rapprochement mondial — les gens de partout se connaissent mieux que jamais. Les nations deviennent interdépendantes. Souvent la guerre ouvre le chemin et le commerce suit. Nous avons été obligés de nous rencontrer dans une multitude de contextes formels et informels. Nous avons dû nous reconnaître et traiter les uns avec les autres.

FICHE F17. 2 SUITE

Autant il est impossible d'interpréter tous les signaux non verbaux de notre propre société, autant il est difficile d'apprendre tout ce qu'il faut savoir sur la communication interculturelle. On a beaucoup écrit sur ce qu'il faut faire ou ne pas faire, mais ces conseils ne peuvent être ni exhaustifs ni tout à fait justes. Notre curiosité et notre aptitude à l'observation seront nos outils les plus efficaces.

«Mais pourquoi apprendre à communiquer avec les gens des autres cultures?» La réponse la plus pratique est : «Parce qu'ils sont là et que nous avons besoin de travailler ensemble.» Il y a, cependant, une meilleure réponse : «En étudiant les autres, nous nous connaissons mieux.» Et cette réponse est aussi importante que la première pour notre développement personnel et social.

Une courte liste pour une communication plus efficace au Japon (cette liste a été conçue pour les gens d'affaires; elle est tirée de *Enjeux*, Été 1988, et reproduite avec l'autorisation de la Fondation Asie Pacifique du Canada) :

1. Avant de faire preuve de franchise et d'honnêteté en «appelant un chat un chat», assurez-vous que votre homologue japonais est disposé à accepter un tel comportement explicite.
2. Votre homologue japonais pourrait s'offusquer de familiarités, surtout dans le contexte des affaires. Par ailleurs, la plupart des compagnies japonaises organisent des rencontres sociales au cours desquelles on abandonne toutes cérémonies entre cadres subalternes et cadres supérieurs. Essayez de comprendre la situation dans laquelle vous vous trouvez.
3. Les Japonais n'aiment pas être décrits comme de simples imitateurs. Ils ont une très longue et fructueuse histoire au cours de laquelle ils ont adopté, adapté et amélioré des choses et des idées qu'avaient inventées d'autres gens. N'oubliez pas que le concept du «Cercle de qualité» est né aux États-Unis mais y a échoué.
4. De façon générale, les Japonais tiennent le gouvernement en plus haute estime que ne le font les Occidentaux. Nous devrions résister à la tentation de rire au dépens des fonctionnaires et des hommes politiques.
5. On ne devrait jamais considérer l'idéal japonais de sensibilité esthétique et l'appréciation des comportements implicites comme étant signes de mollesse ou comme étant la seule facette de leur culture complexe. Les Samouraïs étaient touchés par les fleurs de cerisier flétries et l'art kitsch rapporte de bons prix sur les marchés à ciel ouvert.
6. Vérifiez toujours les compétences de votre interprète et, avant de parler, renseignez-le/la toujours bien sur ce que vous allez dire. Ces quelques préparatifs pourraient faire toute la différence non seulement dans la présentation exacte des détails mais dans la qualité perçue de votre présentation en entier.
7. Si la partie japonaise discute ou négocie dans votre langue sans l'aide d'un interprète, évitez de l'interrompre même si vous savez ce que réserve le reste d'une longue et laborieuse phrase. Il est tout aussi important de sauver la face que d'épargner du temps.
8. Dans un banquet japonais, l'esprit et l'apparence du geste de tous les invités qui lèvent la coupe, en disant *kampai* (coupe vide) et en buvant le *saké* d'un seul coup sont plus importants que le fait de véritablement vider la coupe. Si vous n'aimez pas le *saké*, il suffit de lever la coupe, de dire *kampai* et de faire le geste de boire. En buvant le *saké*, comme en goûtant au calmar cru, l'unanimité du geste renforce le sens de la collectivité. Le même esprit devrait régner au cours de dures négociations.

FICHE F17. 3 SUITE

9. Pour les Japonais, le mot «harmonie» (*wa*) exprime plus que le concept de la «maternité et de l'ordre parfait». Cette harmonie est à la base de tous les rapports réciproquement avantageux et doit être conservée, même au cours des plus pénibles négociations. Si ce sentiment d'efforts harmonieux visant un accord satisfaisant est réduit ou perdu, autant faire vos valises et regagner votre pays.

10. Un vif sentiment de communauté dans le contexte d'un engagement à vie signifie qu'idéalement, les Japonais tenteront au moins d'aboutir à un consensus avant de s'engager à changer. D'autre part, le président de Sony s'est le premier engagé à produire le baladeur en dépit de l'opposition de ses cadres.

11. Ne vous montrez jamais impatient devant l'approche japonaise qui consiste à aboutir à un consensus avant de mettre une nouvelle idée en oeuvre. Ils savent qu'ils mettent plus de temps que nous à prendre leurs décisions, mais ils savent aussi qu'une fois une décision prise, ils peuvent habituellement la mettre en oeuvre beaucoup plus rapidement que nous ne le pouvons.

12. Normalement, les Japonais font tout en leur possible pour éviter que leurs homologues soient publiquement gênés et nous sont habituellement reconnaissants de leur montrer la même considération. Il s'ensuit donc qu'ils trouveront une façon indirecte (implicite) de dire non, alors qu'un simple «non» nous suffirait. «Cela pourrait s'avérer difficile», «Je ferai tout en mon possible», «Cela pourrait créer un problème», et ainsi de suite, veulent habituellement dire qu'il «n'en est pas question».

13. Résistez à l'envie de généraliser au sujet des Japonais!

Une courte liste pour une communication plus efficace en Chine (cette liste a été conçue pour les gens d'affaires; elle est tirée de *Enjeux*, Printemps 1986, et reproduite avec l'autorisation de la Fondation Asie Pacifique du Canada) :

1. Ne vous attendez pas au genre de franc-parler auquel les Occidentaux sont habitués. Il y a un dicton chinois qui dit «*Li duo, ren bu guai*», ce qui signifie que «les bonnes manières ne blessent jamais les gens». Dans la pratique, il s'ensuit souvent qu'un Chinois fera des pieds et des mains pour éviter de vous gêner, de vous décevoir ou de vous offenser. Il fera donc gentiment allusion à une réponse négative plutôt que de vous dire «non» directement, même si la réponse est évidemment «non». La plupart des Chinois (et les Asiatiques en général) prisent hautement la subtilité et l'harmonie autant que nous prisons hautement le franc-parler en «appelant un chat un chat». Quoique cette attitude évolue petit à petit en Chine, elle prévaut toujours.
2. Ne permettez jamais à votre enthousiasme de l'emporter sur les bonnes manières. Manifestez un «enthousiasme contrôlé» au sujet de votre produit ou de votre service. On interprétera peut-être un manque d'enthousiasme comme le reflet d'un manque de confiance; mais un enthousiasme débridé apparaîtra comme un manque de maîtrise de soi.
3. N'interrompez jamais votre homologue. Même une déclaration à l'appui ou un exemple contraire important constituent une interruption et sont interprétés comme reflétant de mauvaises manières.
4. Ne donnez pas une impression de vendeur. Oubliez la supériorité de votre produit ou de votre technologie. Les Chinois les auront supposés ainsi avant d'accepter de vous rencontrer. Projetez plutôt l'image d'une personne compétente, capable de résoudre des problèmes et qui cherche la meilleure solution à une situation d'offre et de demande par une coopération réciproque dans l'intérêt des deux parties.
5. Quand vous êtes en mesure de le faire, amenez un interprète ou un secrétaire aux réunions. Un compte rendu écrit des discussions aide dans une certaine mesure à tenir les négociations bien en main.
6. Ne vantez pas votre produit ou service en critiquant celui de votre compétiteur. Votre supériorité devrait être évidente et non dépendre de la rhétorique. Toute rudesse à l'égard de votre compétiteur sera interprétée comme une manifestation de votre insécurité.

FICHE F17. 4 SUITE

7. Ne soyez pas arrogant. La plupart des Chinois ont l'arrogance en horreur, surtout chez les étrangers. Traditionnellement, on a grandement respecté une personne modeste et il en est toujours ainsi. Les Chinois apprécient une affirmation qui soit en dessous de la vérité presque autant que les Britanniques. Les Chinois ont toujours dit que «quand vous avez du véritable musc, son parfum se passe de commentaires» (*you she, zi-ran xiang*). Le regretté premier ministre Zhou Enlai était maître suprême de l'art très prisé de manifester en toute modestie la confiance qu'il avait en lui-même. Il s'est ainsi mérité l'admiration presque universelle des Chinois comme celle des étrangers.
8. Ne laissez pas se glisser dans votre présentation des déclarations ou des allusions politiques (pour ou contre le socialisme ou le capitalisme). De telles déclarations ou allusions ne pourraient pas vous aider — elles pourraient même vous nuire. La plupart des Chinois ne s'intéressent absolument pas à vos convictions politiques ou à ce que vous pensez d'eux.
9. Ne leur rappelez pas leur retard en matière de technique ou de technocratie. Ils en sont déjà trop conscients et se le rappelleront et vous le rappelleront assez souvent. Ce qu'ils nous demandent, ce sont des solutions financièrement abordables, adaptables et réalisables à leurs problèmes technologiques et technocratiques.
10. Ne vous mettez pas en colère en public. On pourrait en conclure que vous avez renoncé aux relations généralement harmonieuses dans lesquelles on fait des affaires. Ce contexte harmonieux est d'une suprême importance. Si vous perturbez l'harmonie en vous mettant en colère en public ou en vous montrant extrêmement impatient, vous gâchez l'essence de ces rapports. Il se peut alors que la partie soit à l'eau. De plus, en vous mettant en colère vous faites preuve d'un manque de courtoisie. Aucun Chinois ne fait confiance à un associé non civilisé, qu'il soit Chinois ou étranger. Si vous vous impatientez ou si vous avez l'impression d'être arrivé à une impasse, ce serait peut-être une bonne idée de laisser les choses comme elles sont jusqu'à ce qu'un tiers puisse étudier le problème et peut-être faire oeuvre de médiateur dans l'intérêt de tous.
11. Faites preuve d'autant de flexibilité que possible sans compromettre la «réciprocité» des avantages que vous négociez. Soyez ferme sans être cassant, comme le bambou dont les admirateurs ont fait un culte au cours des siècles. Les Chinois vénèrent presque le compromis astucieux. (Le proverbe dit «*Rang ren san fen bu wei shu*». C'est-à-dire «un compromis de 30% n'équivaut pas à une défaite».) Mais ils n'éprouvent que du mépris et de la méfiance à l'égard de quiconque abandonne trop rapidement une position essentielle sans bonne raison évidente. Donc, expliquez toujours tout compromis ou toute modification apportée à votre présentation originale ou à votre position prise au cours des négociations. Habituellement, les Chinois n'aiment pas les surprises, y compris les compromis dramatiques et inexpliqués. Si vous ne leur donnez pas de raison, ou si cette raison n'est pas évidente, ils supposeront que vous cachez la véritable raison et qu'elle ne saurait être noble, sinon vous vous expliqueriez.

FICHE F17. 4 SUITE

12. N'offrez pas de conseils non sollicités qui dépassent votre domaine de compétence. Les Chinois ont tendance à exprimer franchement leurs propres faiblesses et problèmes dans plusieurs domaines — économique, politique, social, technique — mais ne s'attendent pas à ce qu'un visiteur soit ouvertement d'accord avec eux. Sans nier l'existence de véritables problèmes, essayez d'insister sur le côté positif. C'est un fait que depuis 5 000 ans les Chinois ont résolu beaucoup plus de problèmes que nous ne l'avons fait. Quand il vous arrive d'offrir des conseils dans votre domaine de compétence, essayez de vous exprimer clairement, mais avec tact, considération et appréciation du fait qu'il peut y avoir des raisons, même si elles ne nous sont pas apparentes, pour lesquelles une solution évidente n'a pas été appliquée dans une circonstance donnée. Vos hôtes chinois prisent hautement une manifestation de tact et de considération chez leurs visiteurs autant que chez leurs concitoyens.
13. Essayez de réprimer l'envie de faire étalage de vos connaissances sur la Chine en présence d'hôtes chinois. Évitez surtout des déclarations catégoriques du genre «les Chinois préfèrent ceci» ou «les Chinois aiment manger ceci ou cela» ou encore «ils ne boivent jamais de ceci». Demandez-leur plutôt de confirmer les généralisations ou les «faits» que vous aurez peut-être lus ou dont vous aurez peut-être entendu parler. «Est-il vrai que les Chinois préfèrent souvent ceci» ou «qu'ils aiment rarement cela?» La Chine occupe peut-être un vingtième de la surface terrestre mais leur cinquième de l'humanité est trop complexe et hétérogène pour que quelqu'un prétende à une telle érudition.
14. En général, évitez le terme «occidentalisation». La «modernisation» comprend certains aspects de l'occidentalisation. Quoique la plupart des Chinois semblent approuver pleinement la modernisation, ils ne veulent qu'une occidentalisation qui s'effectue de façon sélective, car ils trouvent que de nombreux aspects de l'Occident sont troublants et même repoussants. N'oubliez pas que la Chine était «moderne» alors que nos ancêtres étaient toujours enfouis dans l'âge des ténèbres. Pourtant, nous n'avons jamais appelé «orientalisation» le processus qui nous a permis de les rattraper.
15. N'oubliez pas que même si la plupart des Chinois désirent un changement positif, il est peu probable que sur la scène officielle et dans la vie privée le poids et l'inertie de milliers d'années de traditions culturelles complexes et sophistiquées subissent des changements profonds avant longtemps. La multitude étourdissante d'éléments intimement liés qu'il faut mettre en corrélation pour atteindre un objectif qui soit plus que superficiel dépasse l'imagination. Une si grande partie de ce qui doit être changé se cache sous la surface, entre les lignes ou dans l'esprit des gens ou est enchâssé dans la culture ou fait autrement partie du contexte non exprimé mais présumé, que toute tâche entreprise en Chine s'avère inévitablement plus complexe qu'elle ne le serait ici ou dans toute autre culture à faible teneur contextuelle.

Une courte liste pour une communication plus efficace en Thaïlande (cette liste a été conçue pour les gens d'affaires; elle est tirée de *Enjeux*, Hiver 1987, et reproduite avec l'autorisation de la Fondation Asie Pacifique du Canada) :

Les Thaïs s'attendent à ce que les étrangers soient différents. Par ailleurs, ils se donnent à eux-mêmes ce conseil : «Si tu te retrouves dans une ville où les gens clignent des yeux, fais comme eux».

1. Adoptez donc une toilette sobre. En Thaïlande, on accorde de l'importance à l'apparence personnelle, considérant qu'elle reflète le savoir-vivre et le statut. Malgré le proverbe qui prévient que l'habit ne fait pas le moine, l'adage suivant capte le thème principal : «Les plumes font la beauté d'une poule; les vêtements font la beauté des gens».

2. N'oubliez pas que le langage parlé et le langage du corps ont tout autant d'importance en Thaïlande que partout ailleurs. Selon les Thaïs, le parler et le langage corporel reflètent le statut social, la personnalité et probablement le caractère d'une personne. De nombreux proverbes thaïs toujours utilisés le disent en peu de mots. Par exemple, cet adage, «L'accent indique le langage; les manières indiquent la famille» vous incitent à vous conformer aux conseils suivants :
 - ▶ Exprimez-vous avec sobriété et dans un style relativement formel.
 - ▶ Contrôlez vos gestes en conversant ; l'usage incontrôlé de leurs mains par les étrangers amuse les Thaïs. Ces derniers réservent leurs mains pour l'exécution d'élégants «*wais*», ou salutations faites les paumes pressées l'une contre l'autre. L'idéal consiste à garder les mains au repos pendant les conversations. Le moindre geste de la part d'un Canadien peut à ce point distraire un Thaï qu'il ou elle ne se rendra pas compte qu'on est en train de discuter de l'affaire du siècle. Les mains servent aussi à faire passer des objets d'une manière plutôt formelle et non à les lancer avec désinvolture, surtout s'il s'agit d'une feuille de papier qui, même en cet âge de systèmes de traitement de texte et de photocopieuses, est toujours respectée en raison de son lien avec l'éducation.
 - ▶ Soyez conscients de vos pieds. Les Thaïs considèrent les pieds comme la partie inférieure du corps. Ils les appellent les «mains des étrangers» parce que nous nous servons de nos pieds pour faire ce que devraient faire nos mains : tenir les portes ouvertes et déplacer des objets quand nous avons les mains pleines. Pointer le pied vers une autre personne en vous croisant les jambes, lui marcher sur le pied, même marcher sur des effets personnels ou les enjamber exigent qu'on s'excuse instamment. Une des choses qui traumatisent le plus les Thaïs, c'est de voir un étranger arrêter du pied une pièce de monnaie ou un billet de banque qui roule ou s'envole au loin. La tête est aussi sacrée que le pied est inférieur. Et n'oublions pas que la tête du roi thaï, la plus importante tête du royaume, orne ces pièces de monnaie et billets de banque.

FICHE F17.5 SUITE

3. Tâchez de comprendre que la monarchie et la religion sont des objets de vénération.
4. Ne critiquez pas un Thaï en la présence d'un autre. Vous émettez ainsi des signes troublants d'indiscrétion. N'oubliez pas que du point de vue social, Bangkok est une ville étonnamment petite, peuplée de nombreux cousins et anciens camarades de classe. Les Thaïs disent que «les fenêtres ont des oreilles, les portes ont des trous».
5. Ne vous empressez pas de critiquer votre propre système ou vos leaders. Les Canadiens croient parfois qu'en dénigrant leurs chefs d'entreprise ou leurs leaders nationaux, ils font preuve d'individualité. Les Thaïs sont de l'avis contraire.
6. Ne vous empressez pas de vous confier à d'autres ni de les inviter à vous faire des confidences. Les Thaïs aiment sourire et rire avec d'autres, ce que les Canadiens interprètent parfois comme une invitation à partager une plus grande intimité que celle avec laquelle les Thaïs se sentiraient à l'aise. Au contraire, la culture thaïe suggère qu'une personne civilisée qui se domine maintient une surface sociale harmonieuse, évitant de plonger dans des profondeurs qui pourraient susciter des réactions importunes.

Une courte liste pour une communication plus efficace en Malaisie (cette liste a été conçue pour les gens d'affaires; elle est tirée de *Enjeux*, Été 1988, et reproduite avec l'autorisation de la Fondation Asie Pacifique du Canada) :

La Malaisie est une société multiculturelle fondée sur le consensus et la compréhension mutuelle de ses principales communautés ethniques. Il faut reconnaître clairement cette condition essentielle de la société malaise.

De façon générale :

1. Ne parlez pas des différences ethniques et ne comparez pas les communautés ethniques les unes aux autres.
2. Ne critiquez pas ouvertement; ne soyez pas bruyant, agressif ou arrogant.
3. Ne portez pas de vêtements sport. Habillez-vous comme il faut et avec élégance.
4. Arrivez à l'heure aux réunions.
5. N'offrez jamais de payer votre part de repas. Si vous êtes hôte, vous payez. Si vous êtes invité, votre hôte paye.
6. Soyez patient, discret et préparez-vous à participer à de longues négociations. Faire affaires entend tenir bon.
7. N'hésitez pas à donner de petits cadeaux peu dispendieux.
8. En tant que société multiraciale, la Malaisie a de nombreux jours fériés en reconnaissance des fêtes religieuses et culturelles des diverses communautés ethniques.
9. Faites preuve de courtoisie. En affaires, rien ne ruine vos espoirs aussi rapidement qu'un manque de courtoisie.
10. N'hésitez pas à inviter vos hôtes en retour.

FICHE F17.6 SUITE

Comme nous l'avons indiqué, faire affaires en Malaisie est une entreprise compliquée comportant l'établissement de relations à la fois avec le gouvernement et le monde des affaires. Il est donc utile de se rappeler certains conseils pratiques concernant les deux principaux groupes.

Les Bumipatras :

La plupart étant musulmans, ils se conforment à d'importantes pratiques religieuses et culturelles spécifiques.

1. Au cours de réunions, tenez-vous droit, gardez les pieds par terre et ne pointez pas du doigt.
2. Ne touchez jamais la tête des Musulmans ou même n'importe quelle autre partie de leur corps, sauf s'ils offrent de vous serrer la main.
3. N'insistez pas pour boire des boissons alcooliques si vous êtes invité à dîner avec des Musulmans. Vous pouvez accepter si on vous en offre. De la même façon, si vous recevez, vous pouvez en boire mais généralement vos invités s'abstiendront.
4. N'offrez jamais de porc au cours d'un repas.
5. Ne discutez pas d'affaires pendant le repas. Normalement, les affaires sont conclues au bureau.
6. Au début, parlez de généralités. Il importe de créer un climat de confiance et d'intérêt réciproques avant de faire affaires.
7. Familiarisez-vous avec le calendrier musulman. Pendant le mois de jeûne et les quelques semaines suivantes, il peut s'avérer difficile de prévoir d'intenses négociations commerciales.

Les Malais d'origine chinoise :

En Malaisie, on a souvent l'occasion de faire affaires avec les Malais d'origine chinoise. Il importe donc de savoir comment ils envisagent les affaires.

1. Attendez-vous à discuter d'affaires au cours d'un repas. Les industriels chinois vous inviteront souvent à dîner. Pendant le repas, votre comportement et votre conversation les aideront à vous juger. La «chimie» d'un dîner chinois peut fort bien assurer ou briser une affaire.
2. Offrez de petits cadeaux peu dispendieux.
3. Invitez votre hôte à dîner en retour, surtout si les négociations se prolongent.
4. Ne vous laissez pas déconcerter par le fait que les bureaux des compagnies chinoises semblent petits. De nombreuses entreprises chinoises, qui semblent «petites» aux yeux des Canadiens, sont en réalité très vastes.

Un dernier conseil

Parce que les Malais vivent dans une société multiraciale, ils ont appris à être polis et respectueux les uns envers les autres. À titre d'étranger, si vous manifestez les mêmes attitudes, vous réussirez mieux.

ACTIVITÉ F-18 Les systèmes d'exploitation efficaces



But

Les élèves sont capables d'identifier les caractéristiques d'un système d'exploitation efficace.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ analyser les caractéristiques de systèmes d'exploitation qui fonctionnent efficacement (p. ex. cafétéria d'école, réception d'un hôtel, station de ski, organisation de voyage, paquebot de croisière, agence de voyage) :
 - disposition
 - passage
 - niveaux de dotation en personnel
 - satisfaction des clients
 - charges de travail
 - installation saisonnière
 - ergonomie
 - souplesse de l'installation
- ▶ évaluer l'impact d'un système d'exploitation efficace sur les employeurs, les employés et les clients
- ▶ comprendre la manière dont tous les emplois sont en relation les uns avec les autres dans le système
- ▶ identifier les méthodes de communication entre les composantes d'un système d'exploitation :
 - technologies (p. ex. base de données informatisée, télécopieur, téléscripneur, téléphone)
 - médias (journaux, vidéos, etc.)
 - personnes-ressources
 - réseaux (association commerciales)
 - séminaires et conférences
 - sondages

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ visite à un lieu d'exploitation touristique
- ▶ interrogation
- ▶ analyse

MATÉRIEL

- ▶ *Tourisme et voyages*, V. Timmons

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité du travail écrit : perspicacité, travail adéquat, soin
- ▶ participation avant, pendant et après l'excursion : communication, observation, etc.

ÉTAPES

- I. Avec les élèves, planifier une visite à une agence de voyage, un hôtel, un parc d'amusement, ou un autre lieu d'exploitation. Avant la visite, préparer un questionnaire avec les élèves. Les questions devraient porter sur les opérations de l'organisation (voir les résultats d'apprentissage ci-dessus). La liste de questions pourrait inclure, par exemple :
 - ▲ Combien y a-t-il d'employés?
 - ▲ Quels sont leur titres professionnels?
 - ▲ Est-ce que l'organisation a accès à Internet?
 - ▲ Comment le travail en équipe est-il important pour cette organisation?
 - ▲ Quelles sont les heures de travail typiques?
 - ▲ Y a-t-il des différences saisonnières dans vos affaires, et comment en tenez-vous compte?
 - ▲ Est-ce que vous employez plus de personnel en été (ou autre saison la plus occupée)?

2. Pendant l'excursion, les élèves peuvent répondre aux question écrites d'après leurs observations, et/ou ils peuvent poser certaines des questions au représentant de l'exploitation qui reçoit le groupe. Après la visite, ramasser le travail des élèves.

3. Pendant la classe suivante, ayant lu et commenté le travail des élèves, demander à la classe de penser à des idées pour un nouvel endroit touristique. Encouragez-les à inventer des détails selon les différents aspects du système organisationnel de l'entreprise.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▲ Faire des visites en équipes de deux ou en petits groupes aux autres endroits (toujours avec l'accord des entreprises). Après les visites, faire des comparaisons pour mieux comprendre les différents systèmes, leur efficacité. Demander aux élèves de considérer des améliorations possibles.
- ▲ Si on veut, on peut faire un projet plus élaboré du dernier point du procédé.

BUT

Les élèves apprennent les grandes lignes de la gestion d'un hôtel / motel.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ expliquer les divers modes de règlement (p. ex. chambre sans pension, pension complète, demi-pension, chambre petit déjeuner)
- ▶ citer divers types de tarifs (groupes, tour organisé, gouvernement, tarif promotion, tarif affiché)
- ▶ expliquer les procédures de réservation, de confirmation et d'enregistrement
- ▶ décrire les procédures de comptabilité (p. ex. modes de paiement, facturation, frais)

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ projet de recherche
- ▶ «carrousel»
- ▶ discussion

MATÉRIEL

- ▶ *Tourisme et voyages*, V. Timmons, Chapitre 6
- ▶ Fiche F19. 1 Instructions aux groupes
- ▶ Fiche F19. 2 Renseignements tirés du texte *Basic Hotel Front Office Procedures (Third Edition)* de Peter Renner. Van Nostrand Reinhold: NY.

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité des recherches et de la discussion
- ▶ contribution au travail de groupe

ÉTAPES

1. Diviser la classe en quatre groupes.
2. Distribuer une fiche à chaque groupe.
3. Demander aux élèves de préparer un projet selon leur fiche.
4. Suite à la préparation des projets, faire un «carrousel» où chaque groupe lit/ visionne à tour de rôle les autres projets, écrit des questions soulevées par la lecture, écrit une courte appréciation du projet.
5. Animer une discussion sur les questions soulevées.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Planifier et faire une visite à un hotel / motel de la région pour étudier ses systèmes de réservations et de comptabilité informatisées.

**Fiche FI9. I Instructions au groupe 1**

Préparer un projet écrit de groupe qui présente :

- ▶ une journée typique à la réception / caisse d'un hôtel, les problèmes à résoudre et les techniques pour le faire

**Fiche FI9. I Instructions au groupe 2**

Préparer un projet écrit de groupe présentant :

- ▶ des formulaires et des tableaux (en français) qui pourraient répondre aux besoins de la réception / caisse d'un petit motel n'ayant que 12 suites
- ▶ une explication précise de l'emploi de chaque formulaire et tableau pour un(e) réceptionniste imaginaire

**Fiche FI9. I Instructions au groupe 3**

Préparer un projet de groupe présentant :

- ▶ des formulaires et des tableaux (en français) qui pourraient répondre aux besoins de la réception / caisse d'un hôtel ayant 25 chambres
- ▶ une explication précise de l'emploi de chaque formulaire et tableau pour un(e) réceptionniste imaginaire



FICHE F19.1 SUITE

Fiche FI9. I Instructions au groupe 4

Préparer un projet écrit de groupe (qui pourrait être sous forme de dialogue) présentant en détail les scénarios suivants, ainsi que la résolution des problèmes soulevés :

- ▶ Un fonctionnaire fédéral cherchant une chambre non fumeur arrive le 25/6/96, mais ne sait pas encore si les sessions de travail vont prendre 3 ou 4 jours.
- ▶ Une jeune touriste vient d'apprendre que le prix qu'elle avait négocié n'est pas le meilleur et fait des pressions sur le réceptionniste pour qu'il change sa facture.
- ▶ Une famille dont la réservation a été garantie par une carte de crédit arrive à l'hôtel à 20 h et apprend qu'il n'y a plus de chambres.
- ▶ Une tempête de neige oblige les clients d'un hôtel à rester au moins une nuit de plus et empêche la moitié de ceux qui pensaient venir de le faire. (L'hôtel a 60 chambres dont 52 étaient prises au début de la tempête. On s'attendait à l'arrivée de 25 personnes et au départ de 26 clients.

- QUELQUES RENSEIGNEMENTS

Source : *Basic Hotel Front Office Procedures*

Les tarifs

On trouve habituellement affiché au mur de la chambre le tarif pour une nuit. On peut trouver ce montant et les montants spéciaux, établis par l'administration, dans la publicité de l'hôtel et du gouvernement. Le réceptionniste ne peut pas changer seul les prix.

On trouve les prix dans le classeur de chambres; on n'a l'autorisation de dévier de ces prix que dans des cas étroitement définis.

Tarif commercial Ce tarif est offert aux voyageurs de commerce qui sont membres de l'Association des commis-voyageurs quand cette association a négocié un rabais avec l'hôtel.

Tarif de famille Ce tarif s'applique aux familles ayant de jeunes enfants qui restent dans la chambre des parents.

Tarif d'invités Ces chambres sont gratuites (invités de l'hôtel).

Tarif d'organismes L'hôtel peut offrir des tarifs réduits («pas plus que») aux membres de certains organismes ou associations.

Tarif de lignes aériennes Un tarif réduit est offert au personnel des lignes aériennes, pas aux passagers. Une carte d'identité de la compagnie est obligatoire.

Tarif gouvernemental Ce tarif fixe est offert aux employés gouvernementaux qui voyagent pour affaires. En Colombie-Britannique, ce taux est plus élevé pendant la saison touristique.

Tarif hebdomadaire Certains hôtels offrent un rabais pour une visite d'une semaine ou plus. D'habitude la septième nuit est gratuite.

Tarif journalier Ce tarif réduit s'applique à l'utilisation d'une chambre pendant une portion d'une journée, d'habitude de 10 h à 16 h.

Les procédures de réservation

Pour un hôtel, une chambre vide est une perte absolue. On ne peut jamais récupérer cette perte. En Amérique du Nord, le taux d'occupation moyen est de 63 pour cent. Cependant, le coût d'exploitation varie peu parce que la possibilité de remplir l'hôtel est plus ou moins constante.

Puisque ce commerce est, en général, très concurrentiel, il faut avoir un système efficace pour vendre et traiter les réservations. Un client qui a eu des difficultés dans le passé ne sera pas tenté de retourner à l'hôtel.

Quoique la plupart des grands hôtels aient maintenant un système de réservation informatisé, dans certains petits hôtels on peut toujours trouver un système plus traditionnel. Le système choisi dépend du volume de réservations, du nombre d'employés, et de l'espace et de l'équipement requis. De toute manière, tout système de réservation doit :

- ▶ recevoir une demande de réservation
- ▶ accepter ou refuser la demande
- ▶ obtenir les renseignements pertinents pour traiter la demande comme il le faut
- ▶ ajouter la nouvelle réservation aux autres déjà dans le système, et donner un accès facile aux réservations déjà acceptées
- ▶ protéger l'hôtel contre ceux qui font une réservation mais ne se présentent pas
- ▶ préparer une liste détaillée des clients et de leurs besoins le jour de leur arrivée
- ▶ appuyer l'effort du bureau pour remplir l'hôtel

La demande de réservation

Le client peut s'informer sur l'hôtel de plusieurs façons — la publicité dans les journaux, les magazines, les pages jaunes, les pancartes, les affiches à l'aéroport, les dépliants envoyés directement, une agence de voyage, le réceptionniste d'un autre hôtel, l'attestation d'un autre voyageur ou d'un guide. Parfois, la réservation se fait par hasard — le client passe devant l'hôtel, la navette de l'aéroport s'arrête devant l'hôtel, il voit l'enseigne qui annonce qu'il y a toujours des chambres à louer ou il reconnaît le logo ou le nom de la chaîne d'hôtels.

Plusieurs hôtels offrent maintenant le service 800, ainsi le montant de réservations faites au téléphone s'accroît, jusqu'à 80 pour cent selon une estimation. Ce changement a entraîné l'apparition des «réservationnistes» qui font plus que prendre des réservations; ils les vendent agressivement en utilisant un script préparé. Par contre, certains clients deviennent irrités, donc plusieurs lignes aériennes et hôtels invitent les clients ayant une carte d'or à parler à un «vrai téléphoniste» qui parle «naturellement». Cependant le grand public doit souvent subir le baratin publicitaire.

FICHE F19. 2 SUITE

Le téléphone à clavier constitue un autre moyen de faire une réservation : le client répond à une série de questions en appuyant sur des touches selon les instructions. Il n'y a pas de téléphoniste. Certaines compagnies de carte de crédit offrent un service de réservation garantie. Une chambre est retenue jusqu'à l'heure du règlement de la note. Si le client ne se présente pas, le prix d'une nuit est automatiquement ajouté à sa carte. Le détenteur de la carte a le droit d'annuler sa réservation jusqu'à 18 h sans pénalité (16 h pour un lieu de villégiature). S'il arrivait par hasard que le détenteur de la carte arrive et que l'hôtel soit complet, l'hôtel est obligé de trouver une chambre comparable et de payer la première nuit ainsi que le transport à l'autre établissement.

En Amérique du Nord, selon *Worldwide Hotel Industry* (Horwath International), 85,9 % des affaires sont intérieures et 14,1 % sont étrangères. Le marché se répartit ainsi : touristes, 34,1 %; voyageurs de commerce, 24,8 %; participants aux congrès, 23,1 %; touristes en voyage organisé, 6,0 %; employés gouvernementaux, 5,6 %; autres, 6,4 %. Des réservations faites préalablement, 48,9 % se font directement, 21 % par un système de réservation et 15,6 % par des agents ou des voyagistes.

L'acceptation ou le refus d'une demande; l'obtention des renseignements nécessaires

Quand le réceptionniste reçoit une demande de réservation, il doit pouvoir dire oui ou non à l'instant même. Il faut avoir un système permettant au réceptionniste d'avoir un aperçu de l'espace disponible pendant les quelques mois à venir. Il y a deux méthodes préférées — le tableau noir et le feuillet d'espace disponible. Les feuillets donnent le nombre de chambres disponibles par catégorie. On indique les jours «complets» et, d'une autre façon, les jours «presque complets» pour avertir le réceptionniste. Quant à ces derniers, le réceptionniste ne peut faire que les réservations des particuliers; les réservations de groupe doivent être autorisées par l'administration. Il faut des symboles pour les jours complets ou presque complets, ainsi que des symboles pour les limitations telles que «de luxe» seulement, aucune suite disponible, aucun rabais, aucun très grand lit disponible, pas de contrat global, etc.

Ayant déterminé qu'une chambre est disponible aux dates voulues, le réceptionniste demande les renseignements suivants :

- ▶ le nom et le prénom du client et son titre (Dr., Prof., M., Mme, etc.)
- ▶ son adresse complète et, s'il s'agit d'une affiliation gouvernementale ou d'affaires, cette adresse aussi
- ▶ la date de son arrivée (le plus souvent fait ainsi : 4/30/97 ou le 30 avril 1997)
- ▶ la date de son départ (si le client n'est pas certain, on demande une approximation)
- ▶ l'heure de son arrivée et de son départ (utile à la réception/caisse et au personnel d'entretien pour la planification)
- ▶ le moyen de transport (le numéro du vol peut aider en cas de délai)
- ▶ le prix de la chambre (En effet, il n'y a pas de prix fixe — un client persistant peut souvent négocier un meilleur prix que le *prix demandé*. Ayant négocié un prix avantageux, il doit en fournir la preuve, le *prix confirmé*, quand il signe le registre

FICHE F19.2 SUITE

- ▶ le statut de la réservation (les expressions telles que paiement d'avance, paiement garanti, arrivée en retard, arrivée à 18 h, faisant partie d'une réservation de groupe, congrès, etc. sont utilisées)
- ▶ demandes particulières telles qu'un lit d'enfant dans la chambre des parents, une chambre très tranquille, accès en fauteuil roulant, une chambre qui n'est pas orientée vers le sud, une chambre avec une vue, etc.
- ▶ classification du client (on utilise souvent un système de numéros qui indique, par exemple, s'il s'agit d'un employé du gouvernement)

Quand il faut refuser une demande, le réceptionniste devrait le faire immédiatement. Mais cela ne suffit pas! On peut toujours faire des affaires. On peut suggérer d'autres dates, d'autres types de chambres ou d'autres taux. On peut même faire l'effort de trouver une chambre dans un hôtel avoisinant, ce qui donne une très bonne impression et peut se traduire en réservations plus tard.

Si l'on doit refuser une demande pour des raisons autres que la disponibilité de chambres, on ne donne pas d'explication. Si les circonstances l'exigent, on envoie une lettre standard. Parfois les hôtels ont une liste d'attente et on communique avec le client aussitôt qu'une chambre devient disponible.

L'ajout d'une nouvelle réservation au système et le maintien d'un accès facile aux réservations acceptées

Un petit hôtel peut employer un journal de réservation avec une page par jour donnant les renseignements nécessaires sur les clients attendus. (On ne peut pas se fier à cette méthode s'il faut utiliser plus d'une page par jour.) Les renseignements nécessaires incluent :

- ▶ le jour de la semaine et la date
- ▶ la nature de la réservation (p. ex. écrite, verbale)
- ▶ le nom du client
- ▶ l'heure de son arrivée
- ▶ le nombre de personnes qui partagent la chambre
- ▶ le type de chambre
- ▶ le prix de la chambre
- ▶ le numéro de la chambre attribuée

Un plus grand établissement a besoin d'un système plus efficace : le tableau de réservations. Le réceptionniste reporte sur le tableau les renseignements trouvés sur la carte de réservation. Sur l'axe vertical, on donne les chambres par numéro et par type (p. ex., chambre 203 LJ/nf = lits jumeaux, non fumeur). Sur l'axe horizontal on inscrit les jours du mois. On affiche au moins trois mois à la fois. À la fin du mois, on enlève le mois périmé et on en ajoute un nouveau. Le réceptionniste utilise un crayon ou un marqueur à effacement à sec pour pouvoir mettre à jour les informations. Parfois on utilise un système de couleurs pour indiquer, par exemple, les réservations à prix réduit. L'avantage d'un tel système est qu'on ne perd pas ces informations s'il y a une panne d'ordinateur ou de courant. D'habitude, on demande à une seule personne de faire le transfert des renseignements. C'est à elle d'indiquer sur la carte de réservation que la tâche a été faite. Elle classe la carte de réservation tout de suite après, selon la date d'arrivée du client et dans l'ordre alphabétique.

FICHE F19.2 SUITE

S'il y a un changement à faire à une réservation ou s'il faut l'annuler, l'hôtel a un formulaire portant un titre tel que *Changement au statut d'une réservation*. Une fois le formulaire rempli, le réceptionniste l'attache à la carte de réservation originale. Ensuite, il corrige le tableau et met ses initiales et la date sur la carte pour indiquer qu'il a fait les corrections.

S'il s'agit d'une annulation, le réceptionniste le note sur la carte de réservation qu'il classe derrière les autres de la journée. On retient ces réservations annulées au cas où le voyageur arrive et réclame une chambre.

Le réceptionniste ajoute au tableau les noms des voyageurs qui arrivent sans réservation. Il doit aussi inscrire leur nom sur le formulaire *Liste de clients sans réservation*.

Un différent tableau de réservations offre une alternative aux limitations du premier. Il s'agit d'un tableau de densité. Dans ce cas, on n'utilise pas les numéros de chambres, mais plutôt des numéros qui correspondent au nombre de chambres qui restent pour chaque type de chambre.

Tableau de réservations															
Chambre à deux lits															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64
65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96
97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112
113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125			
Chambre à lit double								Chambre à très grand lit							
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16	9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	32	25	26	27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38	39	40	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	41	42	43	44	45	46	47	48
Chambre à grand lit								Suites							
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	16	9	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	24	17	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30			25							

Dans l'hôtel ci-dessus où il y a, par exemple, 115 chambres à deux lits et 25 suites, le réceptionniste barre ou encercle le plus grand numéro disponible lors de la réception d'une réservation. Ainsi il voit immédiatement combien de chambres d'un type qui lui reste. Avec cette méthode, les réservations de groupe se font facilement.

FICHE F19.2 SUITE

Il est important de classer toute correspondance liée aux réservations de façon à s'y retrouver facilement. Par exemple, on peut les garder sous les catégories suivantes :

- ▶ demandes d'informations seulement
- ▶ réservations futures
- ▶ réservations dans le passé récent
- ▶ réservations de groupe

Garder la correspondance veut dire que, s'il y a une discussion, la documentation et les détails oubliés seront à la disposition de l'administration.

Les clients qui ne se présentent pas

Les hôtels ont besoin de se protéger contre les clients qui ne se présentent pas. Une chambre réservée et pas utilisée est une perte financière. En général, les hôtels et motels se protègent ainsi :

- ▶ Ils protègent une réservation jusqu'à une heure spécifiée à laquelle la chambre est à louer.
- ▶ Ils exigent un paiement à l'avance ou un dépôt (espèces ou carte de crédit).
- ▶ Ils demandent une garantie de paiement.
- ▶ Ils acceptent plus de réservations qu'ils ont de chambres. (Cette dernière méthode peut être dangereuse puisque si le nombre de clients qui ne se présentent pas est moins élevé que d'habitude, l'hôtel doit prendre la responsabilité de trouver un logement de qualité égale.

Quand un client ne se présente pas, l'hôtel a quelques recours. Le plus commun est de mettre le montant sur le compte du groupe qu'il représente ou sur sa propre carte de crédit. On peut aussi envoyer une lettre/facture. Parfois l'hôtel refuse d'accepter de nouvelles réservations sans garantie. Quelquefois, on remet la facture à une agence qui poursuit l'individu ou on intente un procès à la cour de petites créances.

La routine quotidienne

Dans certains hôtels, le réceptionniste de nuit est responsable de la préparation des affaires pour le lendemain. Cependant, il se peut que le réceptionniste de jour ou le directeur du bureau de l'hôtel ait cette responsabilité. Cette préparation comprend les étapes suivantes :

- ▶ ranger les réservations de la journée dans l'ordre alphabétique et les garder derrière le comptoir dans le classeur de réservations
- ▶ faire sortir les demandes spéciales indiquées sur la carte de réservation (ainsi, aussitôt que les chambres deviennent disponibles le matin, on peut les attribuer) puis mettre les attributions dans le classeur de chambres
- ▶ compter toutes les autres réservations d'après la catégorie de chambre voulue
- ▶ compter toutes les chambres dans le classeur de chambres d'après leur catégorie pour savoir combien il reste de chambres non louées et pour estimer le nombre de chambres qui seront disponibles

FICHE F19.2 SUITE

- ▶ estimer le nombre de chambres à la disposition de clients sans réservation
- ▶ informer les autres employés à la réception, à l'entretien et au bureau du nombre de réservations déjà faites et du nombre de nouvelles réservations qu'on peut prendre
- ▶ pendant la journée, vérifier régulièrement et recalculer le nombre de chambres, etc., puis donner une mise à jour aux autres employés

Si on exécute ces tâches de façon rigoureuse, on peut contrôler la location des chambres de façon à ne pas en avoir trop ou pas assez.

Pour éviter des problèmes quand tous les employés à la réception se trouvent surchargés, certains hôtels utilisent un feuillet où les réceptionnistes notent le nombre de clients venus sans réservation et le nombre d'annulations, y compris le nombre de retards.

L'hôtel complet

Le but primordial d'un hôtel est de louer toutes les chambres chaque nuit, ce qui est rarement réalisable à 100 %. Cependant c'est ce but que doivent viser le bureau de l'hôtel et la réception.

Les difficultés pour la réception sont les suivantes :

- ▶ Quelques clients partent avant la date prévue.
- ▶ Quelques clients choisissent de rester plus longtemps que prévu.
- ▶ Le nombre estimé de personnes sans réservation et cherchant une chambre peut être surestimé.
- ▶ Certaines chambres ne sont pas disponibles à cause de réparations d'urgence.
- ▶ Des difficultés dans les systèmes de transport créent des problèmes liés aux heures d'arrivées (grèves, vols manqués, vols annulés, etc.).
- ▶ Le mauvais temps affecte le nombre d'arrivées et de départs.

Voici quelques suggestions pour aider l'administration à remplir l'hôtel :

- ▶ Garder une liste complète et juste des réservations, des clients qui ne se sont pas présentés et des annulations. Avec ces chiffres, on sera capable de prédire les tendances.
- ▶ Faire un graphique pour mieux comprendre ces tendances.
- ▶ Noter les facteurs qui ont influencé les chiffres (mauvais temps, chambres à réparer, etc.).

Évidemment, il incombe à l'administration de travailler avec ces chiffres et de tirer des conclusions — qui peuvent entraîner, par exemple, des changements à la publicité ou à la politique de la compagnie.

Les comptes-clients

La réception / caisse compte parmi ses fonctions principales la tenue des comptes-clients. Dès l'inscription d'un client, le processus commence. Le plus souvent, les hôtels utilisent un système informatisé qui génère un compte électronique. Sinon, il faut taper la feuille de registre du compte du client sur un formulaire imprimé.

Chaque fois qu'un client utilise un service de l'hôtel, les coûts ou les crédits sont inscrits dans son compte de façon électronique au terminal du lieu du service ou à la main en utilisant une quittance (facture) et une machine à inscrire. Le soir, le comptable de nuit vérifie les transactions du jour. Peu avant le départ d'un client, son compte est mis à jour. On le lui présente pour paiement, qu'il peut faire de plusieurs façons : espèces, carte de crédit, chèques de voyage, chèque personnel.

Le système de comptabilité doit répondre à trois besoins :

- ▶ fournir des contrôles internes efficaces
- ▶ maintenir les comptes-clients avec précision
- ▶ permettre la production de rapports analytiques des opérations

Les services pour lesquels il y a un coût incluent notamment :

- ▶ le loyer de la chambre
- ▶ les taxes sur le loyer de la chambre
- ▶ le restaurant (repas et boissons consommés dans la salle à manger, une salle de banquet, la cafétéria ou dans la chambre [service aux chambres])
- ▶ les boissons (consommées dans le bar, le cabaret ou la chambre [service aux chambres])
- ▶ la buanderie
- ▶ le nettoyage à sec, le repassage, etc.
- ▶ le téléphone
- ▶ les achats à la boutique de l'hôtel
- ▶ les installations sportives
- ▶ les boissons, chocolats et chips mis à la disposition des clients dans les chambres

La plupart des hôtels prévoient une limite (plafond) au montant que peut atteindre le compte d'un client. Quand le client approche de sa limite, l'hôtel lui demande un paiement, complet ou partiel, du solde de son compte. En général, les hôtels ont deux catégories de comptes :

- ▶ les comptes-clients de passage
- ▶ les comptes du grand-livre qui comprennent ceux des clients qui :
 - sont partis ayant mis le solde sur le compte de leur compagnie ou de leur carte de crédit
 - ont utilisé les salles de réunion ou de banquet
 - ont décampé sans payer
 - ont un crédit (dépôt pour une réservation)
 - sont partis pendant quelques jours et reviennent pour compléter leur séjour

Les responsabilités de la caisse

La personne responsable de la caisse accomplit les tâches suivantes :

- ▶ maintient à jour les comptes-clients
- ▶ établit le solde à payer quand un client veut partir
- ▶ inscrit le paiement quand un client part
- ▶ suit le procédé établi selon le type de paiement
- ▶ s'occupe de toute transaction en espèces
- ▶ fait la caisse à la conclusion de sa période de travail
- ▶ cherche l'autorisation électronique des cartes de crédit ou les vérifie contre les communiqués d'annulation
- ▶ suit la procédure établie pour découvrir les chèques contrefaits ou les faux billets
- ▶ prend soin des coffres-forts, des clés, etc.
- ▶ obtient les clés de chambre au départ du client
- ▶ obtient les adresses des clients pour faire suivre le courrier
- ▶ avise le personnel d'entretien que le client est parti
- ▶ s'occupe des plaintes

En général les gérants d'hôtel veulent que chaque employé qui travaille à la réception devienne compétent pour s'acquitter de toutes les tâches de la réception/ caisse, ce qui permet une certaine flexibilité dans les horaires et le personnel. L'employé y trouve un avantage puisque son travail est plus intéressant et varié.

Quelques définitions utiles

annulation [ang. *cancellation*] demande d'un client d'annuler une réservation faite préalablement.

attribuer une réservation [ang. *block*] Attribuer une pièce ou une section de pièces dans un hôtel à des réservations individuelles ou de groupe.

autorisation [ang. *authorisation*] Permission d'une compagnie de cartes de crédit donnée à un hôtel d'accepter l'inscription d'un débit au client.

budget [ang. *budget*] Estimation des recettes et des dépenses présumées pendant une période donnée.

bureau [ang. *back office*] Services d'administration et de soutien qui appuient les départements offrant les services à la clientèle. Par contraste : *la réception / la caisse*.

caisse [ang. *cashier*] Guichet ou comptoir où se font les recettes et les paiements.

FICHE F19. 2 SUITE

cash-flow [ang. *cash flow*] Temps qui s'écoule entre la vente d'un bien ou service et la réception du paiement.

chambre et petit déjeuner [ang. *Continental Plan*] Un prix qui comprend la chambre et le petit déjeuner. D'habitude, le petit déjeuner ne comprend qu'une brioche et une boisson chaude.

chambre sans pension [ang. *European Plan*] Un prix qui ne comprend que le loyer de la chambre.

classeur de comptes-clients [ang. *bucket*] Classeur dans lequel on retient les comptes-clients classés selon les numéros de chambres.

commodités [ang. *amenities*] Avantages matériels offerts au client dans une chambre d'hôtel (shampooing, bonnet de douche, séchoir à cheveux, etc.); ou encore tous les services et produits qui distinguent un hôtel de ses concurrents (service de conciergerie, cirage des chaussures à titre gracieux, service de limousine pendant les heures d'affaires, service des chambres à toute heure, etc.).

communiqué d'annulation [ang. *warning bulletin, cancellation bulletin, card recovery bulletin*] Communiqué périodique d'une compagnie de carte de crédit qui donne les numéros des cartes de crédit annulées pour une gamme de raisons parmi lesquelles la perte et le vol. Aucune inférence peut être tirée de la parution d'un numéro dans un communiqué. De plus en plus, un système informatisé prend la place des communiqués.

comptabilité des appels téléphoniques [ang. *call accounting*] Système informatisé qui calcule les taux des appels locaux et interurbains et les ajoute aux comptes-clients.

coulisses [ang. *back-of-the-house*] Locaux et services qui ne sont pas d'habitude en contact avec la clientèle (la comptabilité, le bureau du personnel, la formation professionnelle, l'ingénierie).

cour des petites créances [ang. *small claims court*] Cour ayant le droit d'exiger de quelqu'un le paiement d'une dette.

crédit [ang. *credit*] Partie d'un compte où figure ce qui est dû au client.

demi-pension [ang. *modified American Plan*] Un prix qui comprend la chambre et deux repas, d'habitude le repas du matin et celui du soir.

faire sa caisse [ang. *cash out*] Procédé du caissier à la conclusion de sa période de travail où il solde les transactions de la journée.

FICHE F19. 2 SUITE

feuille de registre du compte de client [ang. *client account ledger sheet*] Formulaire sur lequel on inscrit toutes les transactions faites dans l'intérêt d'un client.

grand-livre [ang. *ledger*] Livre de commerce dans lequel est enregistré le détail de la comptabilité d'un commerçant. (c.f. *registre du client*).

pension complète [ang. *American Plan*] Un prix qui comprend la chambre et certains repas. En Amérique du Nord, il comprend le déjeuner nord-américain, le repas du midi et celui du soir. En Europe, il comprend un petit déjeuner «continental», un déjeuner table d'hôte et un dîner.

pièces voisines [ang. *adjoining rooms*] Chambres reliées par une porte.

piste de vérification [ang. *audit trail*] Documentation permettant la vérification d'un compte jusqu'à son origine.

rabais ou **réduction** [ang. *allowance*] Rajustement du compte d'un client pour compenser un service peu satisfaisant ou une erreur d'inscription dans son compte.

rapport sur les annulations [ang. *cancellation report*] Rapport sommaire des clients qui ont fait des réservations et les ont annulées plus tard.

réception [ang. *reception desk*] Service d'accueil pour les clients d'un hôtel, etc.

règlement d'un compte [ang. *account settlement*] Paiement, en argent comptant ou avec une carte de crédit, des soldes impayés sur le compte d'un client.

réservation garantie [ang. *assured reservation*] Réservation d'une chambre garantie par la carte de crédit du client.

réserver [ang. *book*] Louer de l'espace dans un hôtel à un groupe ou à un individu.

tableau de réservations [ang. *reservation chart*] Ce tableau donne au réceptionniste un accès facile aux réservations acceptées. Il permet aussi une mise à jour rapide.

tarif affiché [ang. *rack rate*] Ce tarif est le maximum demandé. Il est affiché dans la chambre; le montant dépend du nombre de personnes qui partagent la chambre.

tarif commercial [ang. *commercial rate*] Ce tarif est offert aux voyageurs de commerce qui sont membres de l'Association des commis-voyageurs quand cette association a négocié un rabais avec l'hôtel.

FICHE F19.2 SUITE

tarif de famille [ang. *family rate*] Ce tarif s'applique aux familles ayant de jeunes enfants qui restent dans la chambre des parents.

tarif d'invités [ang. *guests of the hotel*] Ces chambres sont gratuites (invités de l'hôtel).

tarif d'organismes [ang. *convention rate*] L'hôtel peut offrir des tarifs réduits («pas plus que») aux membres de certains organismes ou associations.

tarif de lignes aériennes [ang. *airline rate*] Un tarif réduit est offert au personnel des lignes aériennes, pas aux passagers. Une carte d'identité de la compagnie est obligatoire.

tarif gouvernemental [ang. *government rate*] Ce tarif fixe est offert aux employés gouvernementaux qui voyagent pour affaires. En Colombie-Britannique, ce taux est plus élevé pendant la saison touristique.

tarif hebdomadaire [ang. *weekly rate*] Certains hôtels offrent un rabais pour une visite d'une semaine ou plus. D'habitude la septième nuit est gratuite.

tarif journalier [ang. *day rate*] Ce tarif réduit s'applique à l'utilisation d'une chambre pendant une portion d'une journée, d'habitude de 10 h à 16 h.

tarif moyen [ang. *average rate*] Il y a deux façons d'exprimer les ventes de chambres : (1) taux moyen par chambre : revenu total d'une nuit divisé par le nombre de chambres occupées; 2) taux moyen par client : revenu total d'une nuit divisé par le nombre total de clients.

tarif promotion [ang. *promotional rate*] Un tarif réduit, une incitation particulière, pour augmenter l'occupation des chambres.

troc [ang. *bartering*] Méthode d'échange où un hôtel peut échanger des chambres / salles de réunions inoccupées contre des biens et des services d'un autre commerce. Le bureau s'occupe de ces échanges sous forme de contrat; ce n'est pas la responsabilité de la réception. Quelques exemples : l'hôtel peut échanger des chambres pendant une période habituellement lente pour des annonces publicitaires, des fournitures de bureau ou des fournitures d'entretien.

ACTIVITÉ F-20 Les techniques de communication à la réception

D
U
R
É
E



Procédé 1 : 1-2 heures

Procédé 2 : quelques semaines

Procédé 3 : expérience de travail
+ 2-3 heures

BUT

Les élèves acquièrent et utilisent des techniques de communication essentielles pour travailler avec le public.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ appliquer les techniques de communication aux procédures suivies à la réception
 - demandes de renseignements
 - plaintes
 - besoins des clients
 - enregistrement et libération de la chambre
- ▶ s'exercer au maniement des espèces, des chèques et des cartes de crédit

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ dialogues explicatifs
- ▶ développement des habiletés par la pratique
- ▶ discussion

MATÉRIEL

- ▶ Fiche 20.1 Renseignements tirés du le texte *Basic Hotel Front Office Procedures*

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau de participation, création de dialogues explicatifs, qualité de la discussion (procédé 1)
- ▶ démonstration des techniques de communication (procédé 2)
- ▶ évaluation des pairs, critères établis préalablement par tous les élèves (procédé 3)

ÉTAPES

Procédé (quelques options) :

1.
 - ▶ Demander aux élèves de former des groupes de deux.
 - ▶ Distribuer la fiche à chaque élève.
 - ▶ Demander à chaque groupe de préparer deux dialogues qui illustrent les techniques à apprendre.
 - ▶ Faire présenter les dialogues devant la classe.
 - ▶ Animer une discussion sur les questions soulevées.

2.
 - ▶ Demander aux chefs de départements de l'école et au bureau général d'offrir aux élèves de *Tourisme* l'occasion de travailler comme réceptionnistes / téléphonistes bénévoles avant ou après les heures de cours pendant quelques semaines pour utiliser leurs techniques de communication.
 - ▶ Élaborer avec les élèves et distribuer aux «patrons» un formulaire d'évaluation des techniques de communication.
 - ▶ Ramasser les formulaires et discuter des résultats individuellement.

3.
 - ▶ Aider les élèves à planifier leurs heures d'expérience en milieu de travail dans une entreprise liée au tourisme (p. ex. un hôtel, un magasin dans un endroit touristique ou un parc d'amusement).
 - ▶ Suite à l'expérience de travail, demander aux élèves de rédiger 2 - 3 pages résumant leur apprentissage et touchant : réception, demandes de renseignements, plaintes, besoins des clients, caisse.
 - ▶ Demandez aux élèves de se mettre en petits groupes, de préparer et de présenter aux autres un sketch illustrant une situation difficile soulignant le comportement qu'ils ont observé chez les professionnels du tourisme.
 - ▶ Avant chaque sketch, demander aux autres élèves de penser à des questions à poser après et à des renforcements utiles pour profiter du sketch.

ACTIVITÉS CONNEXES

- ▶ Planifier et faire une visite à un/des hôtel(s) / motel(s) de la région pour observer les techniques de communication des réceptionnistes / téléphonistes.

La première impression ne se fait qu'une fois.

Presque tout le travail de la réception est lié à la communication. Une journée typique comprend des douzaines de conversations avec les clients, soit à la réception, soit au téléphone. Chaque fois que le réceptionniste communique avec un client, il a une influence sur le succès de l'hôtel où il travaille.

Il y a des techniques et des procédés à acquérir et des faits à mémoriser. Mais ce sont les comportements et les techniques de communication qui distinguent le professionnel du tourisme. On peut utiliser ces comportements et techniques en classe et en voir l'effet positif dans sa vie personnelle et professionnelle. Il faut un esprit ouvert pour apprendre à bien communiquer.

L'écoute est la base de la communication. Qu'est-ce qui limite l'écoute?

- ▲ l'**analyse** de ce que le locuteur *veut dire* (au lieu de concentrer sur ce qu'il *dit*)
- ▲ la **répétition** mentale de sa réponse pendant que le locuteur parle
- ▲ la **filtration** qui fait ressortir les messages auxquels on donne une place prioritaire et ignore ce qui est difficile ou désagréable (le client se plaint d'avoir attendu sa chambre depuis deux heures et le réceptionniste lui dit «Voilà votre clef.»)
- ▲ l'**apaisement** est une réponse pas tout à fait respectueuse à la frustration d'un client puisque, malgré le message, le ton dit «allons, allons!»

On peut remplacer ces mauvaises habitudes par des techniques qui assurent une bonne communication. Quelles sont ces techniques?

- ▲ la **paraphrase** — consiste à reformuler dans ses propres mots, et plus précisément si possible, l'essentiel de ce que le locuteur vient de dire (Ce qui importe pour le professionnel, c'est de prêter attention au message et aux émotions du client.)
- ▲ la **gestuelle** — la communication non verbale est plus ou moins continue et devrait appuyer le message qu'on donne oralement (Le ton, l'expression, l'emploi de l'espace personnel ont un impact très fort. D'après un psychologue, nous effectuons notre communication ainsi : 55 % par l'expression, 38 % par le ton et 7 % par les mots.)
- ▲ le **comportement affirmatif** — c'est une technique à apprendre parce qu'elle agit contre la timidité (qui est un handicap) quand on travaille avec le public et donne la capacité de s'exprimer avec confiance. (On offre souvent des cours pour les personnes qui s'y intéressent ou croient qu'elles en ont besoin.)

FICHE F2O.1 SUITE

Voici deux techniques qui aident au développement d'un comportement affirmatif :

- ▶ l'**aveu** — on reconnaît simplement les faits
- ▶ l'**écho** — quand il faut dire non et que l'autre n'écoute pas, on peut essayer cette technique :
 - a. identifier mentalement exactement ce qu'on veut et ne veut pas
 - b. composer une courte phrase sans excuses ou explications
 - c. rester calme et continuer à le regarder dans les yeux
 - d. répéter la phrase aussi souvent que nécessaire
- ▶ la **rétroaction** — l'occasion d'apprendre à partir des observations et du jugement d'un collègue, mais peu facile à donner ou à recevoir :
 - pour **offrir de la rétroaction**, demander d'abord la permission du collègue, puis se limiter aux observations (éviter la conjecture), choisir des expressions qui rendent la rétroaction plus acceptable (les mots «plus» et «moins» suggèrent qu'on est sur la bonne piste), ne pas attendre pour lier le comportement à la situation, n'offrir qu'à petites doses, faire attention à la communication non verbale, offrir plus de compliments que de critique
 - pour **accepter de la rétroaction**, essayer de demeurer objectif, utiliser les meilleures techniques d'écoute (regarder le locuteur, regarder ses gestes et son expression, continuer à respirer, éviter une réaction immédiate), si le message est difficile à comprendre, demander un exemple ou une explication, accepter avec bonne grâce les compliments

La communication au téléphone

Voici quelques comportements à adopter :

- ▶ éviter de parler trop fort (trop vite, trop lentement)
- ▶ éviter d'être familier
- ▶ écouter sans interrompre ou conclure à la hâte
- ▶ créer un rapport harmonieux
- ▶ demander avant de mettre l'interlocuteur en attente
- ▶ rester calme
- ▶ prendre des messages précis

Les plaintes des clients

Les plaintes des clients font partie du travail normal à la réception d'un hôtel. C'est vraiment l'épreuve où l'on peut évaluer ses habiletés. Quand on réagit mal, les répercussions peuvent être très sérieuses :

- ▶ les clients restent mécontents
- ▶ les problèmes qui sont à la source des plaintes ne sont pas résolus
- ▶ l'hôtel ou la chaîne perd des clients
- ▶ les clients racontent leurs malheurs aux amis et le problème grossit

Les grandes lignes d'un comportement efficace dans le traitement des plaintes sont les suivantes :

- ▶ écouter attentivement et avec objectivité
- ▶ faire un effort pour comprendre le point de vue et les sentiments du client
- ▶ reconnaître le problème (même si l'on n'est pas d'accord), rester calme et prendre des notes
- ▶ vérifier si la solution choisie est acceptable pour le client (si une solution n'est pas évidente, demander au client d'offrir une suggestion : «Quelle solution proposez-vous ?»)
- ▶ déterminer quand il faut en référer à l'administration (la plainte dépasse votre responsabilité ou votre compétence)
- ▶ si la demande doit être refusée, être résolu et clair, continuer à regarder le client dans les yeux, et s'il n'accepte pas le refus, appeler un gérant. Expliquer ce qu'on fait et pourquoi on le fait
- ▶ résoudre le problème

BUT

Les élèves acquièrent des notions d'exploitation d'un restaurant et s'exercent aux compétences qui s'y rattachent.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'élève pourra :

- ▶ calculer les coûts et déterminer le prix des menus
- ▶ comprendre et pratiquer la surveillance des portions et la tenue d'un inventaire
- ▶ définir et employer la terminologie appropriée pour l'établissement de menus
- ▶ créer des menus et justifier le choix des aliments
- ▶ faire une démonstration des manières usuelles de dresser le couvert
- ▶ pratiquer les techniques fondamentales du service d'un dîner :
 - hôte/hôtesse
 - préposé(e) au nettoyage des tables
 - serveur/serveuse

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ démonstration(s) et discussion
- ▶ développement des habiletés par la pratique

MATÉRIEL

- ▶ photocopies de la carte d'un restaurant (français)
- ▶ photocopies de recette(s)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité de la discussion
- ▶ démonstration des habiletés et des attitudes (surtout)

ÉTAPES

1. Inviter le chef d'un restaurant local à faire une démonstration à l'école. Coordonner la visite avec le département des arts ménagers de l'école pour que la démonstration puisse se faire dans une cuisine.
2. Demander aux élèves de préparer des questions avant la présentation. Faire un remue-méninges pour dresser une liste des différentes étapes que suit un chef pour assurer l'organisation de son restaurant.
3. Faire pour les élèves des photocopies de la carte du restaurant où travaille l'invité. Le chef préparera un ou deux mets simples de sa carte en expliquant comment acheter les provisions, l'offre et la demande, les prix des provisions, les facteurs saisonniers, et le temps qu'il faut pour préparer un plat. S'assurer que les élèves ont l'occasion de poser plusieurs questions.
4. Faire le même exercice avec le maître d'hôtel d'un restaurant. Celui-ci expliquera la façon la meilleure et la plus efficace de traiter les invités, d'embaucher le personnel, de mettre le couvert et d'élaborer une bonne carte des vins.
5. Deux par deux, les élèves doivent préparer le(s) mets que le chef leur a montré(s). Avant de travailler dans la cuisine (celle de l'école ou chez eux) ils doivent se préparer en calculant le prix des provisions et le temps qu'il leur faut pour tout faire.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Créer la carte d'un restaurant imaginaire.
- Offrir un repas à des amis ou peut-être au corps enseignant en mettant l'accent sur le service.
- Planifier et faire une visite à un restaurant pour observer les techniques des employés pendant une période calme (vers neuf ou dix heures du matin).

ACTIVITÉ F-22 : Le choix des destinations touristiques

D
U
R
É
E



2 heures plus recherches et devoirs

BUT

Les élèves peuvent évaluer les facteurs qui influencent le choix des destinations touristiques.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'apprenant pourra :

- ▶ évaluer les facteurs qui déterminent l'attrait d'une destination : coût, climat, géographie, politique, manifestations spéciales, langue, infrastructure
- ▶ définir les étapes de la mise en valeur d'une importante destination touristique :
 - analyse de marché
 - évaluation du site
 - études financières
 - évaluation de l'impact sur l'environnement
 - étude de l'impact social
- ▶ apprécier le rôle de la réglementation gouvernementale dans la mise en valeur d'une destination
- ▶ prévoir les effets possibles, négatifs ou positifs, de la mise en valeur de destinations :
 - environnement
 - mode de vie
 - culture
 - économie
- ▶ partager les inquiétudes des résidents sur l'impact éventuel du tourisme chez eux

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ recherches
- ▶ mini-projets de groupe
- ▶ «jigsaw»

MATÉRIEL

- ▶ Fiche F22.I
- ▶ ressources de la bibliothèques et/ou communautaires

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ par les pairs (grille d'analyse préparée par les élèves en consultation avec l'enseignant)

ÉTAPES

1. Diviser les élèves en quatre groupes.
2. Distribuer les sujets de recherches (Fiche F22.1) et demander aux élèves de devenir experts dans leur domaine de recherche.
3. Demander à chaque groupe d'utiliser Internet, la Chambre de commerce locale, une agence immobilière locale... etc., pour effectuer des recherches et devenir des «experts» dans leur domaine.
4. Quand les élèves auront fini leur projets, ils devraient en faire des copies dont une pour chaque groupe de quatre élèves. Puis ils changeront de groupe en s'assurant que personne du même groupe n'est ensemble. Chaque élève présentera les conclusions de son groupe d'origine aux élèves de son nouveau groupe en montrant sa rédaction ou proposition.

FICHE F22.1: LE CHOIX DES DESTINATIONS TOURISTIQUES

Domaines où l'on devient «expert» :



Vous faites le plan d'une station balnéaire en Colombie-Britannique. Écrivez une proposition qui tient compte de l'analyse du marché, de l'évaluation de la propriété, du financement, des facteurs environnementaux, des facteurs sociaux et de la publicité.



Trouvez et décrivez trois exemples d'intervention du gouvernement (fédéral, provincial ou municipal) dans la mise sur pied d'une exploitation touristique.



Rédigez deux pages sur les conséquences possibles, positives et négatives, que pourrait avoir une nouvelle exploitation touristique locale (réelle ou imaginaire). Le travail devrait tenir compte des facteurs suivants : l'environnement, le mode de vie des habitants, la culture et l'économie.



Votre client, un commanditaire, pense construire une station balnéaire dans un pays étranger (p. ex. en Thaïlande). Il vous a demandé d'en analyser la faisabilité. Écrivez une proposition qui prend en considération la géographie, l'atmosphère politique, la langue, l'infrastructure, la culture et les facteurs climatiques.



ACTIVITÉ F-23 : Ma région et le tourisme



BUT

Les élèves peuvent identifier et décrire les ressources touristiques de leur région.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'apprenant pourra :

- ▶ analyser l'organisation de la région touristique locale en donnant des exemples d'attractions, d'installations, d'infrastructure et de ressources touristiques

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ coproduction d'une publication en français sur le tourisme dans la région

MATÉRIEL

- ▶ Ressources communautaires

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ qualité de la contribution de l'élève au projet commun

ÉTAPES

1. Avec les élèves, dresser une liste exhaustive de tous les aspects d'intérêt touristique de la région (p. ex. vues, flore, faune, hôtels/motels, chambres d'hôte, restaurants, attractions historiques, culturelles, sportives, etc., boutiques, ateliers).
2. Discuter avec la classe de la division des tâches (correction d'épreuves, illustrations, mise en page, etc.).
3. Demander à chaque élève de choisir un aspect à étudier.
4. Demander aux élèves de faire les recherches nécessaires et un premier brouillon.
5. Suivant le *processus de l'écriture*, demander aux élèves de retravailler le fond de leur texte jusqu'à ce qu'ils en soient fiers.
6. Suivant le *processus de l'écriture*, demander aux élèves de retravailler la forme de leur texte en utilisant tous les outils à leur disposition (dictionnaires, grammaires, etc.).
7. Préparer la version finale à l'ordinateur.
8. Photocopier et relier assez d'exemplaires pour en distribuer aux lieux touristiques locaux, y compris les bibliothèques communautaires et scolaires.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Pour couvrir les coûts, les élèves pourraient vendre des annonces publicitaires dans cette publication ou demander aux entrepreneurs qui y figurent de fournir quelques dollars.

ACTIVITÉ F-24 : Le tourisme en Colombie-Britannique



BUT

Les élèves acquièrent les connaissances, les compétences et les attitudes nécessaires pour conseiller les touristes en Colombie-Britannique.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'apprenant pourra :

- ▶ tracer l'organigramme d'un centre typique d'information de voyages (p. ex. *B.C. Travel Infocenter* et *Travel Infocenter Network*)
- ▶ comprendre et apprécier le rôle d'un conseiller touristique
- ▶ tracer les possibilités de carrières ouvertes aux conseillers touristiques (p. ex. celles des *B.C. Travel Infocentres*)
- ▶ faire preuve de compétence dans des situations difficiles liées à la planification de voyages (p. ex. communiquer avec des touristes ne parlant pas l'anglais)

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ visite au centre d'information touristique local (p. ex. *B.C. Travel Infocenter*)
- ▶ journal de bord : les commentaires écrits de l'élève

MATÉRIEL

- ▶ s/o

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau de participation
- ▶ qualité des réflexions de l'élève

ÉTAPES

1. Diviser les élèves en groupes. Préparer une visite au centre d'information touristique local. Demander à chaque groupe de penser à cinq questions et d'imaginer deux situations difficiles. Les questions et les situations difficiles seront présentées au représentant/guide du centre.
2. Discuter ensemble les questions de chaque groupe avant la visite. Encourager les élèves à aborder des sujets tels que le rôle d'un conseiller touristique, la planification d'un voyage, d'un itinéraire.
3. Après la visite, demander aux élèves d'écrire dans leur journal de bord leurs réflexions sur ce qu'ils ont appris.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Organiser pour les élèves qui peuvent le faire du travail bénévole au centre d'information touristique local.

ACTIVITÉ F-25 : Les autochtones et le tourisme en C.-B.



BUT

Les élèves comprennent que les Premières Nations offrent des possibilités importantes aux visiteurs en C.-B.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'apprenant pourra :

- ▶ montrer qu'il comprend et apprécie la culture et les traditions des Premières Nations de la C.-B.

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ débat informel
- ▶ invité autochtone
- ▶ journal de bord : les commentaires écrits de l'élève

MATÉRIEL

- ▶ s/o

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau de participation
- ▶ qualité des arguments
- ▶ qualité des réflexions de l'élève

ÉTAPES

1. Diviser les élèves en deux groupes, un «pour» et un «contre». Proposer aux élèves un débat informel visant l'affirmation : «Le tourisme favorise la préservation des cultures et traditions des autochtones».
2. Avant le débat, demander aux élèves de préparer leurs arguments par écrit pour renforcer leur idées.
3. Ouvrir le débat.
4. Inviter un orateur autochtone à parler à la classe à ce sujet.
5. Donner aux élèves l'occasion de lui poser des questions.
6. Demander aux élèves d'écrire ce qu'ils ont appris pendant le débat et la visite de l'orateur.

ACTIVITÉS CONNEXES

- Avec l'appui de la bande locale des Premières Nations (si la bande s'intéresse au tourisme), organiser une visite chez eux pour voir ce qu'ils font.

ACTIVITÉ F-26 : L'avenir du tourisme 1

BUT

Les élèves réfléchissent sur l'avenir du tourisme.

D
U
R
É
E



4 heures en classe; deux semaines de recherche individuelle; exposé en classe. (L'activité nécessitant une correspondance avec les bureaux d'information touristique provinciaux, il faut prévoir les délais de réponse et compléter l'activité par étapes.)

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'apprenant pourra :

- ▶ formuler un plan personnel pour se tenir au courant de ce qui se passe dans l'industrie du tourisme
- ▶ explorer les questions économiques associées :
 - aux modes de travail
 - à la déréglementation
 - aux salaires dans l'industrie
 - aux possibilités de promotion
 - aux syndicats

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ recherches
- ▶ entrevues
- ▶ rédaction
- ▶ planification professionnelle de l'élève

MATÉRIEL

- ▶ voir le procédé (les étapes à la page suivante)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ recherches en détail
- ▶ qualité de la rédaction (barème établi préalablement avec les élèves)
- ▶ effort manifesté dans le Plan d'apprentissage de l'élève
- ▶ communication et comportement professionnels

ÉTAPES

1. Demander aux élèves de faire des recherches sur une grande organisation touristique. Les élèves utiliseront ce qu'ils apprennent pour faire leur rédaction de fin d'année.
2. Encourager les élèves à apprendre autant qu'ils le peuvent en ramassant des brochures et en faisant des recherches à l'aide des publications d'affaires de la compagnie. Les élèves peuvent aussi contacter BC Stats, le Ministère du Tourisme, Statistique Canada, etc. pour obtenir des données sur les emplois dans le tourisme.
3. Demander aux élèves de préparer une série de questions à poser à quatre employés de l'organisation choisie.
Quelques conseils aux élèves :
 - demander comment l'employé a obtenu son poste (formation, décisions prises, recherches effectuées, réseautage, etc.) la nature de son cheminement de carrière (éducation, perfectionnement, avancement)
 - viser différents postes (p. ex. chasseur, concierge, directeur commercial, directeur du service à la clientèle, chef mécanicien, etc.).
 - essayer de comprendre les objectifs professionnels de l'employé et noter si les employés font partie d'un syndicat ou d'une association professionnelle
 - demander aux employés de décrire leurs expériences avec les syndicats
 - organiser et analyser les informations recueillies pendant les entrevues avant de commencer le premier brouillon
4. Demander aux élèves d'incorporer leurs idées et réflexions dans leur Plan d'apprentissage.
Quelques conseils aux élèves :
 - écrire leurs buts (à long et à court terme) qui s'accordent avec le tourisme (p. ex. obtenir un poste en tourisme pour l'été, remplir les conditions préalables pour l'admission à un programme de formation professionnelle dans le domaine du tourisme)
 - expliquer comment les entrevues se rapportent à leurs propres plans ou les ont affectés
5. Suivre le *processus de l'écriture* pour le développement de la rédaction.

ACTIVITÉ F-27 : L'avenir du tourisme 2



BUT

Les élèves réfléchissent à l'avenir du tourisme.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE : grâce à des expériences pertinentes, l'apprenant pourra :

- ▶ spéculer sur les courants touristiques :
 - en Colombie-Britannique
 - au Canada
 - dans le monde
 - dans des secteurs spécifiques
- ▶ explorer les questions économiques associées :
 - aux modes de travail
 - à la déréglementation
 - aux salaires dans l'industrie
 - aux possibilités de promotion
 - aux syndicats

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT

- ▶ discussion de classe
- ▶ projet créatif
- ▶ recherches
- ▶ discussion

MATÉRIEL

- ▶ voir un procédé (les étapes à la page suivante)

MESURE ET ÉVALUATION

- ▶ niveau de participation
- ▶ ingéniosité/originalité/crédibilité du projet
- ▶ qualité de la présentation orale
- ▶ efficacité des présentations orales (les autres élèves s'y intéressent et posent des questions)
- ▶ qualité des réponses aux questions posées par les élèves et l'enseignant

ÉTAPES

1. Faire un rémue-méninges avec la classe pour identifier des courants affectant le tourisme en C.-B., dans le monde, au Canada et dans un secteur spécifique.
2. Diviser les élèves en quatre groupes et donner à chaque groupe une des catégories suivantes : le tourisme en C.-B., dans le monde, au Canada et dans un secteur spécifié (par le groupe ou l'enseignant).
3. Chaque groupe inventera et développera un endroit de tourisme imaginaire pour l'an 2020. Par exemple, en C.-B. on pourrait créer un voyage sous-marin pour observer les habitudes des baleines. Pour le monde, on pourrait imaginer un voyage éducatif dans l'espace. Pour un secteur spécifique, on pourrait proposer un voyage organisé dans une vieille forêt - en expliquant les «anciennes» pratiques de coupe à blanc des forêts.
4. Chaque groupe présente à la classe les projets illustrant son concept en détail. Encourager les élèves à penser à des facteurs montrant pourquoi leurs idées pourraient devenir une réalité.
5. Lors de la classe suivante, demander aux élèves de suggérer des exemples de technologies récentes ou de développements politiques et leurs effets possibles sur le tourisme (p. ex. la possibilité de planifier et de payer un voyage au moyen d'Internet, le déclin du tourisme en Égypte à cause d'une série d'attaques contre les touristes, ou l'installation entre Windsor [Ontario] et Québec d'un train à grande vitesse). Demander aux élèves de trouver des articles et des photos pour illustrer un des développements identifiés.

PARTIE 3 :
APPUI AU PROGRAMME

PRÉPARATION À LA CARRIÈRE ET EXPÉRIENCE EN MILIEU DE TRAVAIL

Programmes de préparation à la carrière

Les programmes de préparation à la carrière permettent aux élèves de combiner un ensemble donné de cours et une expérience en milieu de travail menant à un domaine d'activité particulier. Les programmes équivalent à six cours (24 crédits) incluant un stage de travail de 4 crédits (120 heures). Il convient de mettre en place un comité consultatif et un processus d'articulation pour chaque programme afin qu'il réponde aux normes provinciales relatives aux exigences en matière d'enseignement, de double crédit et du diplôme de fin d'études. Les programmes de préparation à la carrière peuvent être intégrés à ceux de l'industrie touristique, du monde des affaires et des établissements postsecondaires; lorsqu'ils réussissent ce genre de programme, les élèves acquièrent des compétences supplémentaires qui leur seront utiles au niveau de l'emploi et de l'apprentissage professionnel et seront autant d'équivalences de base ou avancées au niveau postsecondaire. (Pour plus de renseignements, voir la section intitulée *L'expansion des ressources par la création de liens étroits*).

Le Programme de préparation à la carrière en tourisme comprend les six cours suivants :

- ▲ Tourisme II
- ▲ Option
- ▲ Option
- ▲ Tourisme I2
- ▲ Option
- ▲ Expérience de travail

Les trois cours déterminés constituent la matière obligatoire intégrée au programme en tourisme offert au niveau collégial dans l'ensemble de la province. Les cours à option permettent aux élèves de mettre sur pied un programme qui réponde à leurs besoins et les aide à se préparer au secteur de travail de leur choix. La structure des cours à option devrait être aussi flexible que possible. Les écoles ont la possibilité d'établir leurs propres groupes de crédits (Pratiques commerciales, étude d'une langue étrangère, activités de plein air ou communautaires) reliés à la matière obligatoire et répondant aux besoins précis des élèves tout en respectant les exigences du Ministère. Des suggestions à cet égard figurent dans l'entente provinciale d'articulation entre les programmes secondaires et postsecondaires.

Expérience en milieu de travail

L'expérience en milieu de travail fait partie intégrante des programmes de perfectionnement professionnel. Travailler au sein du secteur touristique ou de la collectivité procure une expérience et un apprentissage impossibles à reproduire en classe. Entre autres choses, l'élève :

- ▶ a accès à une expertise et du matériel qu'il ne trouvera pas dans la salle de classe
- ▶ a la possibilité de prendre part à des activités qu'il n'aurait pas cru reliées au tourisme
- ▶ a la chance d'appliquer la théorie étudiée en classe à des situations pratiques et ce, dans un contexte réaliste
- ▶ approfondit et peaufine la matière apprise en classe
- ▶ développe une attitude positive vis-à-vis de lui-même, de l'apprentissage et du travail
- ▶ développe les compétences d'adaptation et de prise de décisions nécessaires à son fonctionnement efficace dans une société en évolution rapide
- ▶ augmente sa connaissance du marché du travail touristique
- ▶ approfondit sa vision de l'industrie touristique
- ▶ a la possibilité de s'engager dans des activités de bénévolat.

Les stages en milieu de travail comprennent des activités préparatoires en classe, notamment :

- ▶ la préparation du curriculum vitae
- ▶ la pratique d'entrevues d'emploi
- ▶ l'étude de stratégies de présentation personnelle
- ▶ l'art de la communication interpersonnelle
- ▶ l'introduction à la technologie (télécopieur, photocopieur, ordinateur, etc.)

Pendant le stage de l'élève, l'école et le superviseur au travail effectuent un suivi et une évaluation continus. L'élève y exécute des tâches comparables à celles qu'effectue une personne travaillant dans une entreprise, un organisme bénévole ou communautaire. L'élève peut aussi observer un mentor au travail et suivre son exemple. Dans ce cas, les fonctions du mentor engloberont les aptitudes que l'élève vise à développer. À la fin du stage en milieu de travail, une activité de suivi menée en classe regroupe les élèves et l'enseignant pour discuter de l'expérience et l'évaluer.

Pour plus de renseignements sur le stage en milieu de travail, consultez le document *Work Experience Handbook: Policy, Guidelines and Best Practices (1995)* du ministère de l'Éducation.

L'EXPANSION DES RESSOURCES PAR LA CRÉATION DE LIENS ÉTROITS

Forger des liens entre la collectivité et l'école constitue un défi intéressant qui apporte des avantages indéniables aux élèves, à l'école, au secteur des affaires et à l'industrie touristique. Voici des exemples de liens qui peuvent être établis dans toute la Colombie-Britannique, tant en milieu rural que dans les agglomérations plus importantes :

- ▶ conférenciers du monde des affaires et du tourisme
- ▶ conférenciers et visites organisées par l'intermédiaire du centre des entreprises ou de la chambre de commerce
- ▶ entreprises communautaires ou clubs philanthropiques (Rotary, Lions, bénévoles d'hôpitaux, etc.)
- ▶ visites de restaurants, d'établissements d'hébergement, d'attractions touristiques, de parcs provinciaux, etc.
- ▶ échanges d'élèves organisés avec d'autres programmes de *CPHT* de la C.-B. ou de programmes semblables ailleurs au Canada, aux États-Unis, en Europe, au Japon, etc.
- ▶ travail bénévole des élèves
- ▶ jeux d'été ou d'hiver de la C.-B., championnats sportifs régionaux, provinciaux ou nationaux
- ▶ spectacles aériens, salon de l'automobile, courses de bateaux
- ▶ activités à l'intention des aînés
- ▶ carnivals, festivals et foires de nature communautaire
- ▶ congrès
- ▶ salons de carrières collégiaux ou universitaires
- ▶ «infocentre» tenu par les élèves lors des réunions de parents
- ▶ événements spéciaux organisés par les élèves (p. ex. soirée artistique)
- ▶ station de câblodiffusion locale
- ▶ lettres ouvertes et articles sur le tourisme dans la localité

Pour plus de renseignements sur les liens que vous pouvez forger au sein de la collectivité par le biais d'études sur le terrain et de conférences, consulter la section des stratégies d'enseignement ci-après.

Liaison avec les établissements d'enseignement postsecondaire

- ▶ Les enseignants des cours Tourisme II et 12 ont tout intérêt à établir des liens étroits avec le ou les collèges(s) communautaire(s) de leur région offrant des programmes en tourisme, programmes qui sont le plus souvent axés sur le monde du travail. Veuillez consulter la liste des personnes-ressources dressée dans le *Directory of BC Tourism Programs*.

Nous encourageons également les enseignants à assister au *Professional Development Workshop for Tourism Educators*, un colloque organisé à l'intention du corps professoral secondaire et postsecondaire.

Stratégies d'enseignement

La section ci-dessous présente des stratégies d'enseignement qui permettent d'optimiser le potentiel des ressources et des activités d'apprentissage et d'élargir par conséquent les perspectives et le champ d'expérience des élèves.

Études de cas

L'étude de cas repose sur une narration écrite, soit une histoire, un drame ou un article qui expose un problème — bien souvent un dilemme — tournant autour d'une ou de plusieurs questions principales. Les études de cas fournissent aux élèves l'occasion d'appliquer leurs connaissances et leurs compétences à des situations réelles.

Les études de cas sont particulièrement appropriées aux activités touristiques parce qu'elles permettent aux élèves d'examiner des situations qu'ils rencontreront vraisemblablement dans la pratique de leur profession, mais qu'ils n'ont pas encore connues dans leur vie scolaire.

Après lecture du texte choisi, les élèves discutent en petits groupes des questions conçues pour focaliser leur attention sur les enjeux principaux. Ces questions doivent :

- ▶ favoriser la franchise et le respect de points de vue variés
- ▶ amener l'attention sur un seul type de raisonnement significatif à la fois (prise de décision, résolution de problème, évaluation critique, etc.)
- ▶ encourager les élèves à examiner les questions sous un angle personnel
- ▶ placer les élèves dans des contextes de vie réelle.

La seconde phase de l'étude de cas consiste à regrouper les élèves et à poursuivre les échanges à l'échelle de la classe. L'objectif principal de cette étape vise à relier les divers éléments de l'apprentissage fait en petits groupes en incitant les élèves à analyser leurs idées. Durant cette étape, l'enseignant joue le rôle de guide tout au long de la discussion dont il maintiendra la profondeur grâce à l'usage judicieux de la méthode interrogative. Il emploiera notamment la paraphrase et l'interprétation et choisira des questions-réponses neutres qui

ne portent pas jugement. Il doit également présenter aux élèves des défis soigneusement mesurés. Ainsi, il les encourage à approfondir leur raisonnement, à passer au niveau de complexité supérieur et à examiner les questions sous un angle différent.

La dernière étape de l'étude de cas permet aux élèves de mettre leurs connaissances en pratique, donnant ainsi une assise concrète aux théories abstraites et permettant le passage du domaine cognitif à celui de l'action. On donne aux élèves une latitude importante quant à la forme que doivent prendre leurs travaux (tableaux ou graphiques, présentations dramatiques, bulletins de nouvelles). Ils sélectionnent eux-mêmes la forme qui leur permettra de démontrer leurs connaissances et leur compréhension. Les élèves et les enseignants travaillent ensemble à établir les critères d'évaluation des travaux.

L'activité C-12 du présent document présente un exemple d'utilisation de l'étude de cas comme stratégie d'apprentissage.

Apprentissage coopératif

L'apprentissage coopératif regroupe des élèves travaillant ensemble pour atteindre un but commun tout en acquérant de l'expérience et des habiletés personnelles (interdépendance positive, interaction directe, responsabilité personnelle, techniques de communication interpersonnelle, travail en petits groupes et sociabilité [confiance, gestion des conflits, etc.]).

L'apprentissage coopératif sert particulièrement bien les programmes d'études axés sur la carrière — le tourisme est un très bon exemple — parce qu'il incite les élèves à développer et à utiliser les compétences essentielles au travail d'équipe efficace dans le cadre du milieu de travail. Les activités C-2, C-3, C-4, C-5, C-9, C-10 et C-12 du présent document constituent autant d'exemples d'utilisation de l'apprentissage coopératif comme stratégie d'enseignement.

Le débat

Le débat est l'examen contradictoire d'une question portant sur une opinion controversée. La démocratie repose fondamentalement sur le débat structuré et plusieurs organismes internationaux, notamment les Nations unies, l'utilisent pour la résolution de questions et de problèmes d'intérêt mondial.

La participation aux débats favorise chez les élèves l'exploration de points de vue différents et développe leur sens critique à l'égard des enjeux du tourisme.

Le débat peut prendre des formes variées allant du respect strict de règles rigoureuses à des échanges ou discussions plus libres. Il incombe à l'enseignant d'en choisir le format. Les trois formes de débat les plus courantes sont :

- ▶ Le style Oxford : forme classique de débat où deux équipes de deux membres chacune débattent point par point le bien-fondé de la résolution. Dans ce cas-ci, l'accent est mis sur les compétences de l'équipe et non sur celles de l'individu.
- ▶ Le contre-interrogatoire : établi sur le modèle des tribunaux; les intervenants interrogent et contre-interrogent leurs adversaires.

- Le style parlementaire : établi sur le modèle des débats parlementaires de Westminster; lorsque les premiers orateurs se sont prononcés, la question est soumise à l'auditoire; les intervenants doivent tenter de gagner les votes des autres membres et on demande à la «Chambre» de voter sur le mérite de la proposition.

Le choix d'un sujet à deux facettes et intéressant les élèves est tout à fait indiqué pour ce genre d'exercice. Il faut éviter les questions vastes et complexes ou les énoncés qui ne peuvent jamais être démontrés ni réfutés. Il est bon d'énoncer le sujet du débat sous forme de résolution (p. ex. «Il est résolu que l'île de Vancouver soit constituée en parc provincial.»)

L'approche ci-dessous facilitera la participation maximale de la classe.

- Formez deux groupes : les «Pour» et les «Contre». Vous pouvez aussi former un groupe de «Neutres» qui agiront comme juges et rendront leur verdict à la fin des débats.
- Demandez à un volontaire du groupe des «Pour» de se lever et de citer une raison à l'appui de la résolution. Puis, demandez à un volontaire des «Contre» d'en exprimer une à l'encontre de la résolution. Continuez ainsi en alternant d'une équipe à l'autre. Lorsque les élèves ont saisi la méthode, nommez un président des débats. Chaque équipe doit en plus choisir un(e) secrétaire qui notera les points soulevés par les orateurs.
- Ensuite, les secrétaires présentent à tour de rôle les arguments soulevés par leur équipe et les membres de l'opposition tentent de les réfuter. En guise de conclusion, les «juges» rendent leur verdict reposant uniquement sur les preuves et arguments avancés par les orateurs.

L'activité C-5 du présent document présente un exemple d'utilisation du débat comme stratégie d'enseignement.

L'étude sur le terrain

L'étude sur le terrain constitue une façon d'apprendre animée qui permet aux élèves d'observer l'occurrence réelle d'un événement ou d'une question à l'étude. C'est une méthode particulièrement valable en tourisme, lequel présente une multitude d'occasions à cet égard, tant à l'échelle locale, provinciale et nationale qu'internationale.

L'environnement immédiat de l'école et la collectivité offrent d'excellents champs d'étude. Il est possible de structurer des activités locales qui permettront aux élèves de saisir leur appartenance au vaste réseau qui relie l'humanité entière. Toute sortie qui met ce fait en évidence prend une signification beaucoup plus grande qu'une simple excursion superficielle.

Une étude sur le terrain réussie repose sur des objectifs précis qui condensent l'expérience d'apprentissage, développent les qualités d'observation et les processus cognitifs supérieurs. L'étude peut prendre la forme d'une marche guidée dans le voisinage ou de toute activité structurée et dirigée effectuée par les élèves, individuellement ou en groupes, en dehors des heures de classe. Ce type d'étude doit comprendre des directives et des activités que les élèves trouveront à des centres ou points d'arrêt préétablis.

L'étude sur le terrain peut aussi se présenter sous les formes suivantes :

- ▶ leçon de partage animée par l'enseignant ou un élève
- ▶ leçon de partage animée par l'enseignant ou un élève avec la participation d'un expert d'un domaine quelconque
- ▶ activité animée par un élève sur un sujet qui l'intéresse particulièrement
- ▶ activité organisée par l'enseignant comportant des directives à suivre par les élèves en dehors des heures de classe et d'activités à compléter dans des limites de temps précises
- ▶ travail qui suppose la collecte de données ou une activité d'observation à l'intérieur de limites de temps ou sur une période prolongée
- ▶ expérience de voyage pouvant inclure l'étude d'un certain nombre de phénomènes physiques ou d'événements culturels.

Les activités C-1 et C-8 du présent document sont des exemples de visites d'études utilisées comme stratégies d'enseignement.

Exposition / Présentation visuelle

Cette méthode d'apprentissage repose sur l'utilisation d'images (dessins, photos, présentations) disposées dans toute une pièce ou regroupées dans un espace plus restreint. On les affiche sans aucune forme d'explication, mais elles s'accompagnent d'une ou deux questions. En petits groupes, les élèves passent d'une image à l'autre et essaient d'imaginer une situation (sans perdre de vue les questions de réflexion proposées).

Les expositions sont particulièrement utiles dans la classe de tourisme lorsqu'elles servent à présenter les travaux des élèves et à inviter la rétroaction de leurs pairs. Le tourisme étant un domaine très vaste englobant une multitude de sujets, cette méthodologie permet aux élèves de tirer profit de la recherche effectuée par leurs camarades.

L'activité C-10 du présent document constitue un exemple d'exposition utilisée à titre de stratégie d'enseignement.

L'enquête et la prise de décision

Le programme de tourisme accorde une place importante au développement de la pensée critique. En tourisme, le traitement efficace d'une question suppose que les élèves s'engagent dans deux processus reliés mais distincts : l'enquête et la prise de décision. L'enquête consiste à examiner une question en **élargissant** divers aspects, c'est-à-dire en tenant compte de ses éléments géographiques, scientifiques et sociaux. Par ailleurs, la prise de décision suppose la **concentration** sur un aspect de la question à partir duquel on décidera d'une mesure à suivre. Les deux processus font appel à un nombre important d'aptitudes abordées en profondeur dans d'autres sections du présent document. Parmi les aptitudes requises, citons :

- ▶ des compétences fondamentales en recherche : savoir repérer, organiser et sélectionner les faits pertinents

- ▶ la pensée critique nécessaire à l'analyse de l'information et des solutions de rechange
- ▶ la pensée créative servant à cerner et à créer des solutions de rechange et à en prévoir les conséquences
- ▶ l'aptitude à résoudre les problèmes et à prendre des décisions
- ▶ l'aptitude à bien communiquer son point de vue et à comprendre celui des autres
- ▶ l'aptitude à échanger et à discuter au sein d'un groupe.

Étant donné que les questions et les problèmes présentent habituellement plusieurs perspectives, l'enquête et la prise de décision se font généralement en groupe. On peut donc, à l'intérieur de ces classes, demander aux élèves de prendre des décisions individuelles ou d'effectuer seuls l'examen d'une question ou d'un problème; aux groupes, on confiera plutôt la tâche de résoudre les questions complexes. Les élèves devraient avoir l'occasion de :

- ▶ comparer la puissance créatrice d'un groupe par rapport à celle d'une seule personne
- ▶ penser en adoptant la perspective d'autrui
- ▶ examiner et clarifier leurs propres idées à la lumière du point de vue d'autrui
- ▶ défendre et mesurer leurs propres opinions
- ▶ améliorer leurs techniques de communication
- ▶ examiner et reconnaître leur rôle dans la société.

Les activités C-1, C-2, C-4, C-7, C-8, C-9 et C-11 du présent document sont autant d'exemples de l'utilisation de l'enquête et de la prise de décision comme stratégies d'enseignement.

L'entrevue

Peu d'activités réunissent l'écoute, l'expression verbale, la lecture et l'écriture aussi efficacement que l'entrevue. Elle offre à l'élève l'occasion de perfectionner ses compétences en communication interpersonnelle et de développer ses aptitudes de pensée critique et d'interrogation, puisant du même coup dans toute une gamme de stratégies. Les relations avec la collectivité et les parents enrichissent les partenariats éducatifs et permettent de tisser des liens entre ces deux groupes et l'école.

Dans un secteur orienté sur la carrière comme le tourisme, la technique d'entrevue permet aux élèves d'explorer les enjeux et de découvrir des cheminements de carrière possibles au sein du secteur touristique.

L'entrevue d'experts aussi bien que de gens «ordinaires» est une stratégie d'enseignement qui sert deux fins :

- ▶ recueillir des faits (bien que l'on puisse y trouver des opinions)
- ▶ explorer un point de vue en visant la clarification d'une question plus vaste.

Les entrevues favorisent entre les élèves et les représentants de divers secteurs de la société un contact beaucoup plus étroit qu'en d'autres circonstances. Les élèves eux-mêmes sont alors perçus comme des jeunes gens qui s'intéressent à des questions particulières, les maîtrisent bien et sont à la recherche de solutions possibles. Une entrevue initiale constitue souvent le point de départ de toute une série d'activités de suivi ou d'idées pour des recherches ultérieures.

Le secret d'une entrevue réussie et utile repose sur sa préparation. Les élèves doivent avoir exploré le sujet avant de passer à l'étape de l'entrevue. On peut les encourager à préparer une liste de questions qu'ils soumettront à l'enseignant qui leur fournira l'orientation et les conseils nécessaires. Ils doivent également décider de la manière dont ils enregistreront l'entrevue mais il faut les prévenir que certaines personnes seront moins à l'aise en sachant que l'entretien est filmé ou enregistré. Il est donc recommandé de discuter d'abord de la méthode d'enregistrement de l'entrevue avec la personne interrogée.

Il convient de respecter certains points de courtoisie :

- ▶ confirmer les détails de l'entrevue avec la personne interrogée : date, endroit, heure et durée; objectif et sujet de l'entrevue; présence d'un auditoire, le cas échéant; méthode d'enregistrement
- ▶ accueillir la personne interrogée lors de l'entrevue; lui rappeler l'objectif et le sujet de l'entretien; garder l'attention sur le sujet prévu; remercier la personne à la fin de la rencontre.

Les élèves qui se présentent à une entrevue bien préparés, enthousiastes et conscients des sentiments de la personne interrogée obtiendront des résultats positifs, en tireront une mine de renseignements et se verront souvent offrir une aide complémentaire.

Les activités C-1, C-3, C-6, C-7 et C-9 du présent document démontrent comment l'entrevue peut servir de stratégie d'enseignement.

La tenue d'un journal

Le journal de réflexion constitue le résumé utile de presque tout type d'activité. Il fournit aux élèves une méthode d'examen des questions étudiées qui les aide à distinguer entre ce qu'ils ont appris et ce qu'ils doivent encore améliorer; les élèves éprouvent un sentiment de sécurité en se sentant à l'abri des jugements. La présentation et le contenu du journal peuvent être adaptés aux activités et aux besoins de chacun des élèves.

Le journal est un outil d'autoévaluation efficace qui facilite également l'évaluation de l'enseignant.

Les activités C-1, C-3, C-6, C-7 et C-9 du présent document sont des exemples de l'utilisation du journal comme stratégie d'enseignement.

Centres / Stations d'apprentissage

Les centres ou stations d'apprentissage encouragent les élèves à acquérir des connaissances, à se les remémorer et à les utiliser de façon personnelle et créatrice tout en étant activement engagés dans la prise de décision, l'établissement d'objectifs, la réflexion et la communication, tant sur le plan individuel que collectif. Chaque «centre» ou «station» contient le matériel et les ressources nécessaires à la réalisation d'activités données.

Les centres d'apprentissage d'une classe de tourisme sont particulièrement utiles lorsqu'ils présentent les travaux des élèves parce qu'ils offrent alors aux autres la possibilité d'y apporter leur rétroaction. Le tourisme étant un domaine très vaste, cette méthodologie permet aux élèves de tirer profit de la recherche effectuée par leurs camarades.

Le centre d'apprentissage favorise le développement chez les élèves des aptitudes au travail en groupe, des qualités de chef et des techniques de gestion du temps, notamment :

- ▶ la clarification des idées
- ▶ le concertation au sein d'un groupe
- ▶ l'établissement des priorités
- ▶ la division des tâches
- ▶ l'encouragement et l'appui
- ▶ l'évaluation de soi et des pairs
- ▶ la responsabilité personnelle et collective
- ▶ l'écoute active

La simulation ou jeu de rôle

Voici la stratégie idéale pour l'examen de points de vue divers, l'interaction et le partage d'information. Elle permet aux élèves de mieux comprendre l'importance de la motivation émotionnelle dans les situations conflictuelles. Elle s'avère particulièrement utile en études touristiques où les bons rapports avec la clientèle et la résolution de conflits forment la clé du succès. La simulation ou le jeu de rôle réussis exigent que les élèves reçoivent d'abord des directives claires, aient suffisamment de temps pour l'interaction et l'exploration complète des questions et qu'ils participent ensuite à une réunion plénière en guise de conclusion.

Les activités C-3, C-6, et C-12 du présent document constituent autant d'exemples de l'utilisation de la simulation et du jeu de rôle comme stratégies d'enseignement.

La technologie

L'étude de l'industrie touristique exige l'utilisation de la technologie à la fois comme méthode d'apprentissage et comme point de mire de cet apprentissage. L'enseignement informatisé ou fondé sur la technologie permet aux élèves d'acquérir les rudiments technologiques de plus en plus essentiels au monde du travail et aux études supérieures. La

technologie fondamentale comprend l'équipement de bureau de base (photocopieur, calculatrice, caisse enregistreuse, machine à carte de crédit, téléphone à plusieurs lignes) ainsi que les ordinateurs personnels, les appareils de télécommunication (télécopieur et modem), les appareils à vidéo et à disque laser. De plus, il importe que les élèves se familiarisent avec la technologie informatique axée sur certains domaines (logiciels de réservations de vols et de gestion hôtelière) car ils auront besoin de ces connaissances durant leurs stages de travail.

Les ordinateurs et la technologie connexe permettent aux élèves l'accès à une masse importante d'information à la fine pointe du progrès, notamment les bibliothèques d'images, les babillards, les services de nouvelles et les chaînes éducatives. On utilisera particulièrement Internet qui fournit de l'information touristique à jour et rapidement accessible. Le tourisme est une industrie mondiale hautement concurrentielle à laquelle s'intéressent par conséquent les gouvernements et le monde des affaires. C'est pourquoi on a vu naître sur Internet quantité de sites Web et autres ressources faciles à consulter.

Les activités informatisées permettent aux élèves de saisir les avantages et les inconvénients de la technologie et son utilité à l'égard de la communication, de la simulation, des jeux éducatifs et du traitement de l'information (banques de données, tableurs, traitement de texte). L'informatique stimule la pensée critique, la résolution de problèmes et la prise de décision. En classe, elle est un outil d'apprentissage au même titre que les manuels, stylos, cahiers de notes, encyclopédies, photocopieurs, laboratoires ou cahiers d'exercices; on peut s'en servir à tous les niveaux et à toutes les étapes du programme.

En pratique, l'enseignement informatisé englobe l'étude individuelle, la formation personnalisée et les activités de groupe. On peut l'utiliser comme partie infime d'une unité d'apprentissage (un seul poste informatique) ou comme seule méthode pédagogique couvrant les objectifs d'une ou de plusieurs stratégies d'enseignement (études sur le terrain, enquêtes ou apprentissage autonome).

Une fois que l'on a décidé d'utiliser l'informatique comme méthode pédagogique, il convient de combiner de la manière la plus appropriée le matériel, les logiciels et les stratégies d'enseignement qui aideront l'élève à atteindre les résultats anticipés : moniteur pour un cours magistral, postes d'ordinateur, travail d'équipe en laboratoire informatique, apprentissage autonome, etc. Comme ces choix reposent grandement sur le matériel offert par l'école ou le district scolaire, l'enseignant doit d'abord se renseigner sur ce point afin de faire un choix éclairé. Enfin, c'est à l'enseignant qu'incombe le choix du mode d'intégration de la technologie à la leçon.

Lorsque vous formez les groupes de travail, il est conseillé de réunir dans une même équipe des élèves qui ont une certaine expérience de l'informatique et d'autres qui n'en ont aucune.

Les activités C-4 et C-10 du présent document constituent des exemples de l'utilisation de la technologie comme stratégie d'enseignement.

COMMENT SE PROCURER LA DOCUMENTATION

Les enseignants et les élèves peuvent se procurer plusieurs types de documentation. Nous les avons classés ici en deux catégories : documentation **recommandée** et documentation **d'appoint**. La documentation **recommandée** a été examinée selon les normes établies par le Bureau des ressources d'apprentissage du ministère de l'Éducation. Quant à la documentation **d'appoint**, elle a été jugée utile par des enseignants en tourisme sans avoir toutefois été évaluée par le Bureau des ressources d'apprentissage.

On peut se procurer la documentation recommandée en s'adressant directement aux fournisseurs.

On trouvera dans la version anglaise du présent document plus de renseignements sur les ressources citées. Aucune ressource en français n'a été recommandée.

Ressources recommandées

▶ ***Careers in Tourism***

Imprimé pour l'élève et l'enseignant

Pacific Rim Institute of Tourism

Suite 800 - 1185 West Georgia Street

Vancouver BC V6E 4E6

Tél. : (604) 682-8000

Fax : (604) 688-2554

Courriel : geninfo@prit.org

▶ ***Dealing With People***

Vidéo pour l'élève et l'enseignant

Wilson Smith Learning Resources

39 Lakeshore Road East

Mississauga ON L5G 1C9

Tél. : 1-800-461-2850

Fax : (905) 271-8411

▶ ***Human Relations in Tourism: Modules 1-5***

Imprimé pour l'enseignant

Open Learning Agency (Marketing Department)

4355 Mathissi Place

Burnaby BC V5G 4S8

Tél. : (604) 431-3031

Fax : (604) 431-3381

▶ ***Introduction to Tourism: A 36-Hour Course***

Ressource pour l'enseignant, imprimé et fichier électronique

Getaway publications Inc.

1661 Duranleau

Tél. : (604) 685-1645

Fax : (604) 685-1645

▶ ***Local Tour Guide***

Imprimé pour l'élève et l'enseignant

Quantum Learning

3465 Richmond Road

Victoria BC V8P 4P6

Tél. : (250) 595-6602

Fax : (250) 595-6602

▶ ***The Multicultural Customer***

Vidéo pour l'élève et l'enseignant

Wilson Smith Learning Resources

39 Lakeshore Road East

Mississauga ON L5G 1C9

Tél. : 1-800-461-2850

Fax : (905) 271-8411

▶ ***Pacific Rim Discovery***

Imprimé pour l'élève et l'enseignant

Nelson Canada

1120 Birchmount Road

Scarborough ON M1K 5G4

Tél. : 1-800-268-2222

Fax : (416) 752-9365

▶ ***Passport: An Introduction to the Travel and Tourism Industry***

Imprimé pour l'enseignant

Nelson Canada

1120 Birchmount Road

Scarborough ON M1K 5G4

Tél. : 1-800-268-2222

Fax : (416) 752-9365

▶ ***Serving Customers With Disabilities***

Vidéo pour l'élève et l'enseignant

Wilson Smith Learning Resources

39 Lakeshore Road East

Mississauga ON L5G 1C9

Tél. : 1-800-461-2850

Fax : (905) 271-8411

▶ ***Tourism: An Industry Perspective***

Imprimé et vidéo, pour les professionnels du tourisme

Open Learning Agency (Marketing Department)

4355 Mathissi Place

Burnaby BC V5G 4S8

Tél. : (604) 431-3031

Fax : (604) 431-3381

▶ ***Travel and Tourism***

Imprimé pour l'élève et l'enseignant

McGraw-Hill Ryerson Ltd.

300 Water Street

Whitby ON L1N 9B6

Tél. : 1-800-565-5758

Fax : 1-800-463-5885

Ressources d'appoint

- ▶ ***Basic Hotel Front Office Procedures***
Peter Renner, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989

- ▶ ***B.C. Moments***
Ministry of Small Business, Tourism and Culture

- ▶ ***B.C. for Free (and Almost Free)***
Pat Kramer, Whitecap Books Vancouver, 1992

- ▶ ***Business Management 12: Management in the International Context***
Ministry of Education, 1991

- ▶ ***Cross-Cultural Business Communications***
Ministry of Education, 1991

- ▶ ***Career Preparation Hospitality and Tourism: Resource Guide for Grade Eleven***, and
Career Preparation Hospitality and Tourism: Resource Guide for Grade Twelve
Robert Thompson, School district No. 71—Courtenay, 1988/89

- ▶ ***Do's and Taboo's of Hosting International Visitors, 2nd ed.***
Roger Axtell, John Wiley & Sons, New York, 1990

- ▶ ***First Nations 12 Integrated Resource Package***
Ministry of Education, 1995

- ▶ ***First Responder: First on the Scene***
St. John's Ambulance

- ▶ ***FoodSafe***
Ministry of Health

- ▶ ***Information Management 12: International Business Simulation***
Ministry of Education, 1990

- ▶ ***Serving it Right***
Hospitality Industry Education Advisory Committee

- ▶ ***Tourism Careers for Youth: Entry Level Job Skills***
Tourism Standards Western Canada, 1995

- ▶ ***Tourism I & 2***
Vancouver School Board, 1992

- ▶ ***Tourism Lesson Aids—Volume One and Volume Two***
Secondary Tourism Educators Group

La documentation correspond à des aspects précis du programme de Tourisme II et I2. Pour de plus amples renseignements, consulter *Aperçu du programme – Grille des résultats d'apprentissage et des ressources* à la fin de la Partie I.

Autres ressources et sources d'information

Le *Tourism Resource Centre* du *Pacific Rim Institute* et sa division de vidéos de formation offrent une mine de renseignements utiles.

Pacific Rim Institute of Tourism

Suite 800 - 1185 West Georgia Street

Vancouver BC V6E 4E6

Tél. : (604) 682-8000

Fax : (604) 688-2554

Courriel : geninfo@prit.org

Le *Secondary Tourism Educators Group* peut fournir aux enseignants des renseignements utiles. Personne ressource :

John Healey

West Vancouver Secondary School

1750 Mathers Ave.

West Vancouver, B.C. V7V 2G7

Tél. : (604) 981-1100

Fax : (604) 981-1101

Courriel : john_healey@bc.sympatico.ca

Les bureaux régionaux du ministère du Tourisme de la Colombie-Britannique offrent de nombreuses ressources relatives à votre région.

L'UTILISATION ET L'ANALYSE DES MÉDIAS

Pour l'élève, le développement de l'analyse critique des médias est une des facettes essentielles du programme de Tourisme 11 et 12. Pour favoriser ce développement, on recommande d'intégrer les médias au programme d'études :

- ▶ comme source de renseignements les plus récents
- ▶ comme source de contenu
- ▶ comme méthode de motivation et de stimulation des élèves et comme point de départ des discussions
- ▶ comme véhicule de présentation aux élèves d'un large éventail de situations et de points de vue réels.

La lecture critique des médias imprimés

Il est essentiel d'établir des directives concernant l'évaluation des médias imprimés. Le lecteur doit parvenir à distinguer le fait de la fiction, le fait de l'opinion et de la partialité ainsi que la propagande de l'information objective. Ce sont des éléments qu'il doit pouvoir repérer aisément. Bref, il doit développer son esprit critique.

Les étapes de la lecture critique

On peut présenter la méthode de lecture critique en plusieurs étapes. Il n'est pas nécessaire de présenter ces étapes les unes immédiatement après les autres ou en une seule session bien que certains enseignants choisissent de procéder ainsi quitte à revenir sur certains points par la suite. On estime que toutes les habiletés présentées ici s'amélioreront au fur et à mesure de la progression du cours et de la consultation par les élèves de reportages médiatiques sur les questions touristiques.

I. La compréhension

- Survoler et dépouiller le texte pour en repérer les idées principales et en apprivoiser le contenu.
- Garder en tête une vue d'ensemble d'un sujet facilite la compréhension du lecteur et lui permet de mieux intégrer toute nouvelle information; l'établissement de catégories aide à retenir l'information nouvelle et à la comprendre.
- Lire en cherchant à comprendre les idées et les concepts et à découvrir les arguments et les raisonnements qui les sous-tendent.
- Dépouiller et relire afin d'approfondir sa compréhension.

2. L'analyse

- Déterminer l'auteur (les auteurs), ses compétences et le but du texte.
- Établir le niveau de la source d'information : primaire (l'auteur est lui-même chercheur); secondaire (l'auteur a obtenu son information du chercheur); autre (l'information a franchi plusieurs étapes avant d'atteindre l'auteur).
- Établir l'auditoire cible. Se demander pourquoi l'auteur a choisi cet auditoire et dans quelle mesure il s'adresse directement à lui. Se demander si le style ou la technique de communication utilisée a pu teinter l'authenticité, la validité ou l'objectivité de l'information présentée.
- Rechercher les imprécisions, les contradictions et les raisonnements illogiques.
- Se demander si une information importante a pu être laissée de côté. Se demander si le lecteur partagerait tout autant les points de vue ou les conclusions de l'auteur s'il avait présenté une information de nature différente.
- Déterminer les points de vue présentés; rechercher les cas de partialité et les éléments de propagande. Les techniques de propagande reposent sur :
 - l'utilisation de termes à connotation émotive
 - la juxtaposition de termes non reliés d'une façon qui amène le lecteur à penser qu'ils le sont.

Cette technique est fréquemment utilisée dans les publicités sur les nouvelles technologies qu'on associe au succès et à l'attraction physique :

- répétition constante de conclusions non démontrées
- témoignages de personnes non compétentes
- utilisation d'un événement unique et peut-être impossible à reproduire comme élément de généralisation et de bien-fondé d'énoncés et de conclusions.

Remarque : Il se peut que les élèves sentent le besoin de discuter du fait que toute propagande n'est pas nécessairement néfaste. Il arrive en effet qu'un auteur utilise en toute sincérité un langage émotif et répétitif à l'appui d'un point important et d'une conclusion tout à fait logique. La propagande peut se justifier si tous les faits sont en place et les conclusions valables.

- L'analyse de périodiques doit chercher à découvrir si le choix des sujets vise le sensationnalisme. Examiner la nature des sujets présentés. Déterminer si l'accentuation de certains sujets constitue un énoncé ou établit un point de vue.

3. L'évaluation

- L'étape consécutive à l'analyse consiste à choisir entre l'approbation et la désapprobation, l'acceptation et le rejet, l'appui ou non à l'égard des conclusions et des points de vue de l'auteur.
- Il est préférable de ne pas se prononcer à cet égard si l'information présentée n'est pas complète.

- Enfin, déterminer si le document est une référence valable et une source d'information utile.

L'étape d'analyse critique de revues populaires exige d'apporter une attention spéciale à la nature des sources d'information, à l'objectif des auteurs et de l'éditeur ainsi qu'à leur auditoire cible. Il est souvent utile dans ce cas de répertorier les revues selon leur source d'information, car un examen attentif de la source révèle bien souvent les intentions de l'auteur et les caractéristiques de la revue.

- **Source primaire** : l'information (les données ou les preuves appuyant les conclusions) a été entièrement recueillie ou découverte par l'auteur. Les textes sont rédigés par les chercheurs qui utilisent un langage relativement technique et s'adressent à un lecteur passablement au fait du sujet traité. Ils sont parfois rédigés à l'intention d'un auditoire particulier (agents de voyage, directeurs d'hôtel) ou du grand public.
- **Source secondaire** : l'auteur reproduit de l'information déjà publiée. Certains de ces articles se composent de matériel écrit par et pour des gens du métier; d'autres sont l'oeuvre de journalistes en tourisme qui effectuent des entrevues et des reportages à partir de sources primaires. Les journalistes sont souvent spécialisés dans ce domaine ou du moins, bien renseignés. L'auditoire cible, sans être constitué de spécialistes en tourisme, n'en demeure pas moins un public averti et lettré. Les articles ne sont pas extrêmement techniques mais ne sont pas superficiels et leur niveau est passablement relevé. Les illustrations, souvent des photos, sont de haute qualité et ne nuisent en rien à la validité et à l'objectivité du matériel (*Westworld, Canadian Geographic, National Geographic*).
- **Sources diverses** : peut contenir du matériel de source primaire, des éditoriaux, des reportages de nature secondaire menés par des journalistes ou des entrevues avec des auteurs de matériel primaire. Parfois, on est ici en présence de matériel de troisième ou de quatrième main. Ce type de documentation inclut les revues destinées au grand public où les articles ne sont ni longs ni hautement techniques. Ils sont habituellement monographiques et s'intéressent à l'aspect politique ou social d'une question. Ici, les illustrations et la publicité jouent un rôle plus important que dans les deux catégories ci-dessus et la publicité n'est pas limitée au domaine touristique.
- **Autre documentation** : imprimée sur papier brut, en noir et blanc; les sources d'information sont diverses et les auteurs tentent peu ou pas du tout de défendre le sérieux de leurs sources. Des gros titres étonnants laissent supposer au lecteur qu'il y trouvera des conclusions surprenantes. Bien souvent, la réalité est tout autre. Les textes sont parfois truffés de sensationnalisme et de témoignages. On y trouve en abondance illustrations et photos qui visent à produire certains effets ou à susciter de l'émotion. Par contre, il existe des publications de cet ordre qui contiennent de l'information valable. Le papier coûteux, le fini brillant et le langage technique ne veulent pas nécessairement dire que l'information qu'ils contiennent est sérieuse.

C'est en développant son esprit critique que le lecteur parvient à faire preuve de discernement à l'égard de l'information touristique qu'il dépouille.

L'analyse des médias

La véritable analyse ne peut se faire sans que l'on tienne compte de certains facteurs liés aux médias et aux stratégies d'enseignement connexes qui doivent être abordés dans le cadre du programme de Tourisme I1 et I2. On en aborde quelques-uns ci-dessous.

1. L'information nous provient de divers médias et chacun d'entre eux comporte des avantages et des désavantages quant à la présentation authentique d'une situation ou d'une question.
 - Tenir une session de remue-méninges sur les médias qui transmettent de l'information aux élèves (qu'ils soient imprimés ou non). Comparer les modes d'assimilation de l'information par chacun en regard des médias et faire ressortir les différences.
2. Certains médias constituent un excellent support du sensationnalisme criard. Certains secteurs touristiques ou connexes sont couverts en abondance (sécurité, écotourisme).
 - Recueillir et noter durant un certain temps (un mois par exemple) toute l'information en matière de tourisme transmise par les services de nouvelles de divers médias (télévision, journaux, revues d'actualité). Les regrouper en catégories touristiques ou par sujets. Relever les tendances qui se dessinent en matière de fréquence de couverture des enjeux touristiques dans le monde de l'information.
3. La précision des médias est difficile à évaluer.
 - Discuter d'expériences personnelles vécues par les élèves et mentionnées aux nouvelles et comparer la rigueur des comptes rendus. Conserver l'information concernant l'école ou des membres de la classe et en vérifier la précision.
 - Suivre l'actualité dans un certain nombre de médias (plusieurs journaux et plusieurs stations de télévision) et comparer les différents reportages d'un même événement.
4. Les journalistes ne sont pas des experts mais des auteurs qui ne sont pas exempts de préjugés ni de limites.
 - Étudier une profession liée aux médias (un orienteur pourra vous fournir des suggestions).
 - Demander aux élèves d'identifier la source d'information d'un article : primaire, secondaire ou autre.
 - Inviter des conférenciers du monde des médias; demander aux élèves de les interviewer. Planifier des activités qui amèneront les élèves à percevoir les reporters et les producteurs comme des gens «ordinaires».
 - Relever des exemples de partialité dans des documentaires et des reportages de journaux; distinguer les faits des opinions.
 - Demander à un élève d'observer un reporter au travail et de faire suivre cette observation par une analyse de ses reportages. Recueillir les commentaires de l'élève sur la précision et l'objectivité des reportages (attention aux préjugés!).

5. Les limites d'espace et de temps imposées aux médias entraînent la superficialité des articles et la perte d'éléments importants.
 - Demander aux élèves d'effectuer un reportage sur un événement d'actualité (rassemblement ou match sportif) et de respecter les normes d'un reportage de journal. Comparer les reportages et relever les différences et les omissions. Expliquer dans quelle mesure on influence ainsi la pensée du lecteur.
6. L'auditoire cible de l'auteur influence le style et la forme de sa présentation.
 - Analyser les divers styles des chroniqueurs; commenter sur l'auditoire cible et sur le style adopté pour rejoindre le lecteur visé.
7. Les faits et la fiction se retrouvent souvent côte à côte dans les médias. C'est le destinataire qui doit faire la distinction, ce qui devient de plus en plus difficile avec l'amélioration des techniques d'effets spéciaux.
 - Apprendre aux élèves à repérer les techniques d'accentuation du message (p. ex. utilisation d'une pellicule faisant ressortir le bleu de l'océan dans les publicités touristiques).
8. Pour bien des gens, les médias (surtout la télévision) sont presque l'unique source d'information sur les événements mondiaux courants. C'est pourquoi il est si important de garder un esprit ouvert à l'égard de l'information.
 - Encourager les élèves à se renseigner auprès de médias variés et à prendre des habitudes qu'ils conserveront dans leur vie d'adulte.
 - Exposer les élèves à de bons comme à de mauvais reportages. Leur apprendre à distinguer la différence entre les deux et à reconnaître les critères d'un bon reportage.

La collecte et l'organisation du matériel

Voici quelques suggestions qui permettront aux enseignants d'établir le plus vaste support documentaire possible pour le programme Tourisme II et 12 et de bien préparer les activités reliées aux médias.

- Demander au bibliothécaire d'abonner l'école aux journaux locaux, provinciaux et nationaux.
- Demander au personnel d'apporter des journaux et des revues d'information dont ils n'ont plus besoin, une ou deux fois par semaine et de les déposer dans une boîte prévue à cet effet dans la salle des professeurs.
- Dès le début de l'année, faire l'inventaire de tous les périodiques que les élèves reçoivent à la maison. Leur demander de les apporter en classe régulièrement.
- En début d'année, faire paraître un avis dans le bulletin d'information de l'école invitant les parents ou tuteurs à faire parvenir régulièrement leurs vieux journaux et leurs vieilles revues à l'école. Il faudra peut-être faire un rappel de temps à autre jusqu'à ce que l'habitude soit bien ancrée.

- Acheter des journaux et des revues qui présentent des perspectives variées (journaux locaux, *The Vancouver Sun*, *The Globe and Mail*, *L'Actualité*, *La Presse*, etc.).
- Adhérer au programme *Le Journal en classe* (voir liste à la fin de la section).
- Examiner la possibilité d'obtenir des exemplaires gratuits de vieux journaux auprès des vendeurs locaux.

Ce n'est pas tout d'accumuler de la documentation; il faut la classer. Il serait peut-être approprié de constituer un dossier de coupures de journaux par module. Le dossier peut être préparé en classe ou à la bibliothèque. On peut intégrer des sessions régulières de découpage et de classement durant les classes (par exemple, 15 minutes durant le dernier cours de la semaine); ou encore, prévoir des sessions d'une heure le midi où les élèves feront le découpage et le classement à tour de rôle, une fois par semaine. Le bibliothécaire pourrait mettre un ou plusieurs adjoints-élèves à votre disposition ou connaissent peut-être des élèves intéressés à participer à la constitution du dossier de coupures. Les orienteurs connaissent aussi parfois des élèves qui aimeraient participer à ce genre de travail. On peut ajouter à cette activité la formation de groupes d'élèves qui assumeront la responsabilité de monter un tableau d'affichage composé de coupures extraites du dossier (un tableau d'affichage par module par exemple).

Il faut voir à ce que chaque coupure porte le nom, la date et la page du périodique.

Évaluation d'analyse de médias

L'évaluation dépendra bien sûr de la nature exacte du travail assigné. On peut utiliser les critères appropriés ci-dessous.

- Remise du travail dans les délais prescrits
- Articles de médias classés correctement (selon le type de média ou le thème du module)
- Quantité appropriée de documentation reliée au tourisme
- Variété des sources consultées
- Sources correctement identifiées
- Intérêt visuel du travail présenté
- Concepts touristiques adéquatement repérés
- Aspects touristiques du matériel correctement relevés
- Dimension sociale de l'activité touristique relevée
- Objectif du matériel correctement établi
- Auditoire cible adéquatement identifié

- Point de vue compris et décrit
- Illustrations analysées
- Publicité analysée
- Matériel évalué selon un barème; évaluations justifiées
- Approche analytique ouverte et exempte de partialité

Le programme *Journal en classe*

Le programme *Journal en classe* est offert par presque tous les journaux canadiens et américains. Les activités présentées visent à faire des articles de journaux un «manuel vivant». Le coût du matériel varie mais est toujours offert à des taux avantageux.

Les journaux de la Colombie-Britannique suivants participent au programme *Journal en classe* :

- *The Kamloops Daily News* : (604) 372-2331
- *The Daily Courier* (Kelowna) : (604) 762-4445
- *The Province* (Vancouver) : (604) 732-2239
- *Daily Free Press* (Nanaimo) : (604) 753-2426
- *The Prince George Citizen* : (604) 562-2241
- *The Vancouver Sun* : (604) : 732-2111
- *The Daily News* (Vernon) : (604) 545-0671
- *Times Colonist* (Victoria) : (604) 380-5257

ATTESTATIONS ET RECONNAISSANCE PROFESSIONNELLES

Les élèves qui réussissent le Programme de formation professionnelle en tourisme possèdent un solide bagage théorique général en plus des compétences et des attitudes nécessaires à la réussite d'une carrière en tourisme ou dans un domaine connexe. Il existe cependant des programmes reconnus par l'industrie touristique qui mènent à l'obtention d'un certificat et que les élèves auraient avantage à suivre. Nous indiquons ci-dessous la liste de ces cours ainsi que les frais et le temps requis.

- ▶ *SuperHost* (Ministry of Small Business, Tourism and Culture)
- ▶ *SuperHost Japan* (Ministry of Small Business, Tourism and Culture)
- ▶ *Visitor Information Centre Counsellor* (Ministry of Small Business, Tourism and Culture)
- ▶ *Food Safe I* (Ministry of Health)
- ▶ *First Responder: First on the Scene* (Ambulance Saint-Jean)
- ▶ *Serving it Right* (Hospitality Industry Education Advisory Committee)
- ▶ *Tour Guiding* (PRIT) ou *Local Tour Guiding* (voir les ressources recommandées)

Les enseignants en tourisme devraient, autant qu'ils le peuvent, inscrire le plus grand nombre possible de ces certificats au programme pour que leurs élèves répondent aux exigences des études postsecondaires et du monde du travail.

Bien que les établissements d'enseignement postsecondaire et l'industrie reconnaissent les certificats décernés en vertu de ces programmes, l'obtention des certificats et des compétences nécessaires à leur enseignement pose certains problèmes :

- ▶ Pour obtenir l'autorisation d'enseigner ces programmes, les enseignants doivent acquitter des frais de formation.
- ▶ Compte tenu du district et de la répartition des fonds de préparation à la carrière, il est possible que les élèves aient à acquitter des frais d'obtention de certificat.
- ▶ L'accès à la formation des enseignants, de même que les fonds, risquent d'être plus difficiles à obtenir dans les plus petits districts.
- ▶ Le processus de formation nécessite un engagement de la part de l'enseignant qui n'est ni rémunéré ni reconnu par le *College of Teachers* ou par les districts-employeurs.
- ▶ Les responsables des cours de formation des enseignants varient fréquemment.

Association of Tourism Professionals

L'Association of Tourism Professionals (ATP) est une association professionnelle mise sur pied pour reconnaître la qualification et établir les certificats officiels des travailleurs à tous les échelons de l'industrie touristique. L'Association a été conçue pour couvrir les huit secteurs touristiques et elle travaille de concert avec des particuliers et les organismes touristiques à la réalisation de ces objectifs.

L'ATP reconnaît officiellement les réalisations de ses membres sur le plan touristique. L'agrément des membres se fait en fonction de leurs antécédents scolaires et de leur expérience de travail. L'Association offre une affiliation «passeport» aux personnes engagées dans l'industrie touristique qui ne peuvent recevoir le titre de membre agréé, notamment les élèves du secondaire et les étudiants du postsecondaire. Elle accorde également le titre de membre affilié aux personnes qui sont en relation étroite avec l'industrie touristique (fournisseurs, détaillants, services financiers). Pour plus de renseignements sur l'affiliation à l'ATP et les services qu'elle procure, s'adresser au bureau suivant :

Association of Tourism Professionals

Director of Membership Services

c/o Pacific Rim Institute of Tourism

Suite 800 - 1185 West Georgia Street

Vancouver BC V6E 4E6

Tél. : (604) 682-8000

Fax : (604) 688-2554

Courriel : geninfo@prit.org

Attestation professionnelle en tourisme

De nombreuses professions de l'industrie touristique ont désormais leurs propres normes professionnelles. Ces dernières énumèrent les compétences, connaissances et attitudes nécessaires à la bonne performance professionnelle en milieu touristique. Ces normes, signe manifeste de la maturité de l'industrie, sont étayées par du matériel de formation spécifique et par la délivrance de certificats. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec la Standards and Certification Division du PRIT.

MESURE ET ÉVALUATION

La mesure consiste en la collecte systématique d'informations sur ce que les élèves savent, sur ce qu'ils sont capables de faire et sur ce vers quoi ils se dirigent. Les méthodes et instruments d'évaluation comprennent, notamment, l'observation, l'autoévaluation de l'élève, l'évaluation de la performance et l'évaluation de portfolios, les exercices quotidiens, les interrogations, les échantillons de travaux d'élèves, les épreuves écrites, les échelles d'appréciation holistiques, les projets et les rapports oraux et écrits.

La performance de l'élève est évaluée à partir des informations recueillies lors des activités d'évaluation. L'enseignant utilise sa perspicacité, ses connaissances et son expérience avec les élèves de même que des critères précis qu'il établit afin de porter un jugement sur le niveau de performance de l'élève en fonction des résultats d'apprentissage poursuivis.

L'évaluation peut être très bénéfique pour les élèves lorsqu'elle est pratiquée de façon régulière et constante. Lorsqu'on la considère comme un moyen de stimuler l'apprentissage et non pas comme un jugement définitif, elle permet de montrer aux élèves leurs points forts et de leur indiquer des moyens de les développer davantage. Les élèves peuvent utiliser cette information pour réorienter leurs efforts, faire des plans et se fixer de nouveaux buts.

L'évaluation peut prendre diverses formes, selon les objectifs visés :

- L'évaluation *critérielle* sert à évaluer la performance de l'élève en classe. Elle utilise des critères fondés sur les résultats d'apprentissage décrits dans le programme d'études officiel. Lorsque le programme d'un élève est substantiellement modifié, l'évaluation peut se fonder sur des objectifs individuels.
- L'évaluation *normative* permet de procéder à des évaluations de système à grande échelle.

L'évaluation critérielle

L'évaluation critérielle permet de comparer la performance d'un élève à des critères établis, plutôt qu'à la performance des autres élèves. **L'évaluation en fonction du programme d'études officiel** exige l'établissement de critères en fonction des résultats d'apprentissage associés aux composantes d'un programme d'études spécifique.

L'évaluation critérielle pourra comporter les étapes suivantes :

- 1 . Identifier les résultats d'apprentissage (tels qu'énoncés dans le guide pédagogique).
- 2 . Identifier les principaux résultats d'apprentissage se rapportant à l'apprentissage.
- 3 . Définir et établir les critères. Lorsqu'il y a lieu, faire participer les élèves à l'établissement des critères.
- 4 . Planifier des activités d'apprentissage qui aideront les élèves à acquérir les connaissances ou les compétences décrites dans l'énoncé des critères.

5. Informer les élèves des critères qui serviront à l'évaluation de leur travail et ce, avant le début de l'activité d'apprentissage.
6. Fournir des exemples du niveau de performance souhaité.
7. Mettre en oeuvre les activités d'apprentissage.
8. Utiliser diverses méthodes d'évaluation, en tenant compte de la tâche et des élèves.
9. Examiner les données relatives à l'évaluation et évaluer le niveau de performance ou la qualité du travail de chaque élève en fonction des critères.
10. Transmettre les résultats de l'évaluation aux élèves et aux parents.

Critères : Les critères servent de fondement à l'évaluation du progrès des élèves. Ils déterminent les aspects essentiels d'une performance ou d'un produit et décrivent en termes précis ce qui constitue l'atteinte d'un résultat d'apprentissage. Cette section mentionne environ 5 à 8 critères importants liés aux résultats d'apprentissage sélectionnés.

Évaluation en fonction de critères : Les critères peuvent servir à évaluer la performance de l'élève relativement aux résultats d'apprentissage. Ainsi, les critères de pondération, les échelles d'évaluation ou les rubriques de performance (c.-à-d. les cadres de référence) constituent trois moyens d'évaluer la performance de l'élève à partir de critères.

Échantillons de la performance de l'élève : Les échantillons de la performance de l'élève devraient refléter les résultats d'apprentissage et les critères établis. Les échantillons permettront de clarifier et de rendre explicite le lien entre les résultats d'apprentissage, les critères, la mesure et l'évaluation. Lorsque la performance de l'élève n'est pas un produit, et qu'elle n'est donc pas reproductible, on en fournira une description.

Évaluation en fonction de résultats individualisés

Les élèves dont le programme d'apprentissage est substantiellement modifié suivent un plan d'apprentissage personnalisé (PAP) qui définit leurs propres objectifs. Comme ces élèves ne visent pas nécessairement les objectifs du programme d'études officiel, il leur faut un système d'évaluation axé sur leur propre apprentissage. L'évaluation de leur apprentissage se fait en comparant leur rendement aux critères d'évaluation établis à leur égard. L'évaluation personnalisée comporte les caractéristiques suivantes :

- ▶ établissement de normes ou d'attentes définies pour l'élève en fonction de sa capacité et de ses accomplissements antérieurs
- ▶ établissement conjoint des résultats et des attentes d'apprentissage par les enseignants, les parents et les élèves; ils figurent alors dans le PAP de l'élève
- ▶ évaluation du rendement de l'élève en fonction des résultats, des attentes et des critères figurant au PAP de l'élève
- ▶ rapports écrits structurés présentés aux parents.

Les élèves qui ont des besoins particuliers mais qui peuvent atteindre les objectifs prévus au programme d'études officiel moyennant des modifications des méthodes d'enseignement ou d'évaluation seulement (p. ex. enseignant écrivant pour eux, enregistrement audio de leurs réponses) sont évalués selon un système de référence axé sur le programme d'études officiel.

Évaluation normative

L'évaluation normative permet de comparer la performance d'un élève à celle des autres. Elle n'est pas destinée à être utilisée en classe parce qu'une classe ne constitue pas un groupe de référence assez important. Les logiciels informatiques qui produisent des percentiles, des stanines et des classements d'élèves reposent sur l'évaluation normative et ne conviennent pas à la mesure et à l'évaluation en classe.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'évaluation, consulter la série de guides d'évaluation publiée en 1994 par le Bureau des programmes d'études du ministère de l'Éducation. La série de quatre volumes contient des renseignements détaillés sur l'évaluation de la performance, l'évaluation de portfolios, l'autoévaluation de l'élève et les rencontres centrées sur l'élève.