

GRANDES IDÉES

Les services et produits peuvent être conçus dans un cadre de consultation et de collaboration.

Les choix personnels en matière de conception nécessitent l'évaluation, par l'élève, de ses compétences et développement de celles-ci.

Les outils et les **technologies** peuvent avoir une incidence sur les communications et les rapports interpersonnels.

Normes d'apprentissage

Compétences disciplinaires	Contenu
<p><i>L'élève sera capable de :</i></p> <p>Conception</p> <p>Comprendre le contexte</p> <ul style="list-style-type: none"> Se livrer à une activité d'investigation axée sur le consommateur et d'observation empathique <p>Définir</p> <ul style="list-style-type: none"> Établir un point de vue pour le concept Déterminer et analyser la clientèle potentielle, les résultats visés et les conséquences négatives possibles du concept touristique Déterminer les critères de réussite et les contraintes existantes, puis prévoir et prévenir les conséquences négatives possibles Prendre des décisions relatives aux prémisses et aux contraintes qui définissent le concept <p>Concevoir des idées</p> <ul style="list-style-type: none"> Prendre des risques créatifs pour générer des idées, et améliorer les idées des autres afin de créer des possibilités Sélectionner des idées en tenant compte de certains critères et des contraintes existantes, et les classer par ordre de priorité à des fins de prototypage Évaluer de manière critique les répercussions de facteurs opposés associés à la vie sociale, à l'éthique, à l'économie et à la durabilité sur le tourisme à l'échelle locale, nationale et mondiale Travailler de concert avec des utilisateurs potentiels tout au long du processus de conception 	<p><i>L'élève connaîtra :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Conception de services et de produits pour divers secteurs de l'industrie du tourisme et de l'accueil Éléments essentiels au développement touristique, notamment les stratégies axées sur les études de marché Rôle des perturbateurs dans une économie touristique Nouvelles tendances dans l'industrie du tourisme, comme l'innovation dans les loisirs et le tourisme des peuples autochtones Rôle de la main-d'œuvre dans le bon fonctionnement des activités et des services de l'industrie du tourisme et de l'accueil, à l'échelle locale et mondiale Entrepreneuriat et développement de petites entreprises dans l'industrie du tourisme et de l'accueil

Normes d'apprentissage (suite)

Compétences disciplinaires	Contenu
<p>Prototypage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choisir, évaluer de manière critique et utiliser une variété de sources d'inspiration et de sources d'information • Élaborer un plan de développement de produit ou de service qui définit les étapes et les ressources clés <p>Mettre à l'essai</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recueillir des commentaires constructifs de diverses sources de rétroaction et les évaluer, au début du projet puis dans ses phases subséquentes • Après l'évaluation de la rétroaction, modifier au besoin les procédés, ou encore le plan de développement du produit ou du service <p>Réaliser</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer les outils, les technologies, les matériaux, les processus et le temps nécessaires au développement et à la mise en œuvre • Recourir à des processus de gestion de projet, pendant le travail individuel ou collectif, pour la coordination des processus • Communiquer ses progrès afin de multiplier les possibilités de rétroaction, de collaboration et, s'il y a lieu, de marketing <p>Présenter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer comment et à qui présenter son produit ou service, les aspects créatifs du concept et, s'il y a lieu, la propriété intellectuelle • Réfléchir de manière critique à son processus mental et à ses méthodes de conception, et dégager de nouveaux objectifs de conception, comme envisager <u>des façons de développer soi-même le concept ou de le faire développer par d'autres</u> • Évaluer de manière critique sa capacité à travailler efficacement seul ou en équipe 	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégies favorisant l'engagement et la collaboration des intervenants de l'industrie du tourisme • Gestion du risque en tourisme et législation • Compétences en coordination, en facilitation et en planification d'événements • Sensibilité culturelle et étiquette, y compris des considérations d'ordre éthique concernant l'appropriation culturelle • Aptitudes à communiquer et compétences en prestation de services d'accueil pour une interaction efficace avec les touristes de la région et de l'étranger • Options et perspectives d'emploi dans divers secteurs touristiques

Normes d'apprentissage (suite)

Compétences disciplinaires	Contenu
<p>Compétences pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer et mettre en pratique les procédures de sécurité, pour sa propre protection, celle de ses collègues et celle des consommateurs, dans les milieux tant physiques que numériques • Déterminer et évaluer de manière critique les compétences nécessaires à la réalisation du concept, et élaborer des plans précis pour l'acquisition de ces compétences ou leur développement à long terme • Évaluer et appliquer un cadre de travail pour la résolution des problèmes <p>Technologies</p> <ul style="list-style-type: none"> • Examiner les outils, les technologies et les systèmes existants et nouveaux, afin de déterminer leur efficacité pour la tâche à accomplir • Évaluer les répercussions, y compris les conséquences négatives possibles, de ses choix technologiques • Analyser le rôle que jouent les technologies dans les changements sociétaux, ainsi que leurs répercussions sur le plan personnel, interpersonnel, social et environnemental • Examiner l'influence des croyances culturelles, des valeurs et des positions éthiques sur le développement et l'utilisation des technologies 	

- **technologies** : outils qui accroissent les capacités humaines

- **investigation axée sur le consommateur** : investigation menée directement auprès d'utilisateurs potentiels, dans le but de comprendre la manière dont ceux-ci font les choses et pourquoi ils agissent ainsi, leurs besoins physiques et émotionnels, leur conception du monde et ce qui revêt une valeur particulière pour eux
- **observation empathique** : vise la compréhension des valeurs et des croyances d'autres cultures, de même que des besoins et des motivations d'autrui; peut reposer sur des expériences vécues par des gens concernés, sur des connaissances et des approches culturelles traditionnelles, sur des visions du monde, des perspectives, des connaissances et des pratiques autochtones, sur des lieux, notamment le territoire et ses ressources naturelles, et d'autres endroits semblables, ainsi que sur des spécialistes et des personnalités phares
- **contraintes** : facteurs limitatifs, comme les exigences et les souhaits des consommateurs, le coût, l'impact environnemental et les droits d'auteur
- **sources d'inspiration** : notamment des expériences vécues, des perspectives et du savoir des peuples autochtones, le milieu naturel et des lieux, y compris le territoire et ses ressources naturelles, et d'autres cadres similaires, ainsi que des gens, notamment des consommateurs, des spécialistes et des personnalités phares
- **sources d'information** : p. ex. des professionnels, des experts issus des communautés inuites, métisses et des Premières Nations, des sources secondaires, des fonds de connaissances collectifs au sein de communautés et de milieux axés sur la collaboration, en ligne ou hors ligne
- **sources de rétroaction** : p. ex. des pairs, des consommateurs, des spécialistes des communautés métisses, inuites et des Premières Nations, ainsi que d'autres spécialistes ou professionnels, en ligne ou hors ligne
- **processus de gestion de projet** : établissement d'objectifs, planification, organisation, construction, suivi et direction pendant la réalisation
- **présenter** : notamment la présentation ou la cession du concept, son utilisation par d'autres, de même que sa commercialisation et sa vente
- **produit ou service** : p. ex. un produit physique, un processus, un système, un service, une activité ou un milieu
- **propriété intellectuelle** : créations de l'intellect, comme des œuvres d'art, des inventions, des découvertes et des concepts assujettis à des droits de propriété

Contenu – Approfondissements

- **secteurs** : p. ex. les services de voyage, les transports, l'hébergement, l'alimentation, les loisirs et les divertissements
- **Éléments essentiels** : viabilité d'une destination et qualité de son offre potentielle, notamment les points d'intérêt, les sites historiques ou culturels, l'accessibilité et les options en matière de transport, l'hébergement, les infrastructures, les atouts, la capacité d'accueil et les questions liées à la durabilité
- **stratégies axées sur les études de marché** : façons de s'informer sur les besoins et les souhaits des consommateurs et de les évaluer, afin de déterminer les marchés touristiques potentiels ainsi que pour orienter la conception et la promotion des produits et des services
- **perturbateurs** : organisations et entreprises touristiques non traditionnelles, notamment les entreprises de l'économie du partage, les médias sociaux et le contenu généré par des utilisateurs
- **Nouvelles tendances** : tendances les plus récentes qui ciblent une variété de consommateurs et de contextes, à l'échelle locale et mondiale, notamment le tourisme axé sur des créneaux précis et l'écotourisme
- **innovation dans les loisirs** : tendances touristiques qui tiennent compte des styles de vie axés sur le mieux-être, comme adopter un mode de vie actif, renouer avec la nature ou rechercher le bien-être, notamment le tourisme d'aventure, les activités récréatives dans un parc et les retraites de yoga
- **tourisme des peuples autochtones** : entreprises touristiques détenues et exploitées majoritairement par des Métis, des Inuits ou des membres des Premières Nations, qui entretiennent un rapport responsable avec les communautés autochtones locales et le territoire traditionnel où elles exercent leurs activités
- **Rôle de la main-d'œuvre** : p. ex. les compétences des travailleurs, les besoins en formation, le roulement de personnel, la mobilité des travailleurs, les pénuries de main-d'œuvre et les différences dans les conditions de travail d'une destination à l'autre dans le monde
- **intervenants de l'industrie du tourisme** : p. ex. les clients, les employés, les employeurs, les voyageurs indépendants, les fournisseurs de produits touristiques, les communautés, les associations et les gouvernements
- **Gestion du risque en tourisme** : pratiques, politiques et procédures visant à réduire ou à éliminer les risques inacceptables, notamment pour assurer la sécurité des voyageurs participant à une expédition en plein air
- **législation** : p. ex. le droit contractuel, le droit de la responsabilité délictuelle et le droit de la négligence
- **appropriation culturelle** : utilisation ou présentation de motifs, de thèmes, de « voix », d'images, de connaissances, de récits, de chansons ou d'œuvres dramatiques de nature culturelle sans autorisation ou sans mise en contexte adéquate, ou encore d'une manière qui dénature l'expérience vécue par les personnes appartenant à la culture d'origine
- **interaction efficace** : p. ex. l'emprunt d'un langage verbal et corporel accueillant et les façons de communiquer avec des gens susceptibles de n'avoir qu'une connaissance sommaire de la langue de la région ou ayant un patrimoine culturel différent