

Catalogue de Cours

Programme Bachelor
Année académique 2024-2025¹



LAUSANNE

CHUR-PASSUGG

SINGAPORE

La mission d'EHL Hospitality Business School

« Nous tissons des liens entre le monde universitaire et le secteur hôtelier pour former des professionnels motivés, encourager la réflexion et promouvoir des pratiques innovantes dans le secteur mondial des services. »

¹ Valable pour les étudiants qui ont commencé leur BOSC1 à partir du semestre d'Automne 2024

TABLES DES MATIÈRES

PREAMBULE.....	7
APPROCHE PEDAGOGIQUE	8
PRESENTATION DU BACHELOR EHL.....	11
COURS DE L'ANNEE PREPARATOIRE	14
PREPARATORY YEAR - SEMESTER 1	15
Module: Introduction to Hospitality Management.....	15
7160BC – Introduction to F&B Management.....	15
7175BC – Rooms Division & Spa Operations	15
7181BC – Fundamentals of Sustainable Business	15
7155BM – Introduction to French.....	15
7182BC – Introduction to Business Communication.....	16
Module: Introduction to Business Tools	16
7171BC – Applied Mathematics & Tools for Hospitality.....	16
Modules: Food & Beverage Workshops I and II	16
Module: Food & Beverage Workshops I.....	16
7100BC – Fine Dining Cuisine.....	16
7110BC – Fine Dining Restaurant.....	17
7114BC – Events: Management & Operations.....	17
7117BC – Catering.....	17
7184BC – Pastry Making	17
Module: Food & Beverage Workshops II.....	18
7115BC – R&D Design Lab.....	18
7116BC – Culinary Operations	18
7118BC – Bar & Restaurant Outlets	18
7141BC – Stewarding	18
7183BC – Bakery Making	19
Module: Wine & Mixology.....	19
7120BC – Oenology & Wine-Producing Regions.....	19
7179BC – Mixology.....	19
Module: Rooms	19
7136BC – Housekeeping	20
7138BC – Front Office	20
Field Trip.....	20
7170BC – Michelin Star Experience	20
PREPARATORY YEAR - SEMESTER 2	21
Module: Internship	21
7200BC – Operational Internship.....	21

COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 1	22
SEMESTRE 1 (BOSC1)	24
Module : Outils de gestion d'entreprise I	24
9101BC – Comptabilité financière	24
9102BR – Microéconomie	24
9103BR – Outils informatiques de gestion / Tableurs	24
9104BR – Mathématiques.....	25
Module : Bases de gestion dans le secteur de l'accueil I	25
9110BC – Gestion financière pour les opérations nourriture et boisson.....	25
9113BC – Les fondamentaux du marketing de l'accueil	25
9114BC – Comportement humain et performance au travail	26
Module : Communication et culture I.....	26
9130IM – Business English	26
9122-1BM – Espagnol débutant (A1.1) / Spanish beginner (A1.1)	26
9122-2BM – Espagnol débutant (A2.1) / Spanish beginner (A2.1)	27
9122-3IM – Espagnol intermédiaire (B1.1) / Spanish intermediate (B1.1)	27
9122-4IM – Espagnol intermédiaire (B2.1) / Spanish intermediate (B2.1)	27
9123-1BM – Allemand débutant (A1.1) / German beginner (A1.1).....	27
9123-2BM – Allemand débutant (A2.1) / German beginner (A2.1).....	28
9123-3IM – Allemand intermédiaire (B1.1) / German intermediate (B1.1)	28
9123-4IM – Allemand intermédiaire (B2.1) / German intermediate (B2.1)	28
9124-1BM – Mandarin débutant (A1.1) / Mandarin beginner (A1.1).....	28
9126-1BM – Russe débutant (A1.1) / Russian beginner (A1.1).....	29
SEMESTRE 2 (BOSC2)	30
Module : Outils de gestion d'entreprise II	30
9201BC – Problématiques d'analyse financière.....	30
9202BR – Macroéconomie.....	30
9203BR – Statistiques	30
9228BR – Pensée computationnelle	31
Module : Bases de gestion dans le secteur de l'accueil II	31
9211BC – Conception et qualité de service	31
9214BC – Gestion de l'hébergement	31
9231BR – Gestion de l'information client et des canaux de distribution	32
Module : Communication et culture II	32
9230BM – Rédaction académique et communication d'affaires.....	32
9222-1BM – Espagnol débutant (A1.2) / Spanish beginner (A1.2)	33
9222-2BM – Espagnol débutant (A2.2) / Spanish beginner (A2.2)	33
9222-3IM – Espagnol intermédiaire (B1.2) / Spanish intermediate (B1.2)	33
9222-4IM – Espagnol intermédiaire (B2.2) / Spanish intermediate (B2.2)	33
9223-1BM – Allemand débutant (A1.2) / German beginner (A1.2).....	34

9223-2BM – Allemand débutant (A2.2) / German beginner (A2.2)	34
9223-3IM – Allemand intermédiaire (B1.2) / German intermediate (B1.2)	34
9223-4IM – Allemand intermédiaire (B2.2) / German intermediate (B2.2)	34
9224-1BM – Mandarin débutant (A1.2) / Mandarin beginner (A1.2)	35
9226-1BM – Russe débutant (A1.2) / Russian beginner (A1.2)	35
COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 2	36
SEMESTRE 3 (BOSC3)	38
Module : Analyse de la gestion d'entreprise	38
9301IC – Revenue Management	38
9302IC – Comptabilité de gestion	38
9313IR – Management des opérations de services	38
9333IR – Economie du secteur de l'accueil	39
Module : Gestion appliquée au secteur de l'accueil	39
9310IC – Systèmes de gestion des talents	39
9312IC – Marketing international des services	40
9334IR – Gestion de la responsabilité sociétale de l'entreprise	40
Module : Communication et culture III	41
9332IR – Défis juridiques du manager de l'accueil	41
9322-1BM – Espagnol débutant (A1.1) / Spanish beginner (A1.1)	41
9322-2BM – Espagnol débutant (A2.1) / Spanish beginner (A2.1)	41
9322-3IM – Espagnol intermédiaire (B1.1) / Spanish intermediate (B1.1)	42
9322-4IM – Espagnol intermédiaire (B2.1) / Spanish intermediate (B2.1)	42
9322-5AM – Espagnol avancé (C1.1) / Spanish advanced (C1.1)	42
9323-1BM – Allemand débutant (A1.1) / German beginner (A1.1)	42
9323-2BM – Allemand débutant (A2.1) / German beginner (A2.1)	43
9323-3IM – Allemand intermédiaire (B1.1) / German intermediate (B1.1)	43
9323-4IM – Allemand intermédiaire (B2.1) / German intermediate (B2.1)	43
9323-5AM – Allemand avancé (C1.1) / German advanced (C1.1)	43
9324-1BM – Mandarin débutant (A1.1) / Mandarin beginner (A1.1)	44
9324-2BM – Mandarin débutant (A2.1) / Mandarin beginner (A2.1)	44
9324-5AM – Business Mandarin (C1.1)	44
9326-1BM – Russe débutant (A1.1) / Russian beginner (A1.1)	44
9326-2BM – Russe débutant (A2.1) / Russian beginner (A2.1)	45
9328-1BM – Japanese beginner (A1.1)	45
9328-2BM – Japanese beginner (A2.1)	45
SEMESTRE 4 (BOSC4)	47
Module : La gestion mise en pratique	47
9401SC – Stage	47
COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 3	48
SEMESTRE 5 (BOSC5)	50

Module : Analyse intégrée d'entreprise	50
9501AC – Finance d'entreprise	50
9504AC – Corporate Strategy	50
9506AR – Research Methodology	51
9507AR – Project Management	51
9508AR – Étude de marché.....	51
9509AS – Innovation for Sustainable Growth	51
Module : Gestion intégrée du secteur de l'accueil	52
9502AC – Hotel Asset Management	52
9505AC – Real Estate Finance	52
9511AC – Leadership & Organizational Behavior	53
9510AS – Data Analytics & Storytelling for Decision-making.....	53
SEMESTRE 6 (BOSC6)	54
Module : Electifs avancés.....	54
Track "Advanced Marketing & Luxury Management"	54
9616AS – Hospitality Luxury Brand Management	54
9644AS – Guest Experiences in Luxury & Hospitality	54
9658AS – Advanced Marketing Data Analytics	55
9662AS – Digital & AI Marketing.....	55
9664AS – Experience Design	56
9665AS – Introduction to the Psychology of Luxury	56
Track "Entrepreneurial Ventures & Corporate Innovation"	56
9607AS – Developing Entrepreneurial Projects	56
9623AS – Creating the Future of Food Service	57
9659AS – Creating Social Impact through Entrepreneurship.....	57
9667AS – Managing Corporate Innovation & Team Creativity	57
9670AS – Prototyping Digital Solutions & Collaborating Effectively with Tech Teams.....	58
9671AS – Sustainability Transitions & Innovation in Business.....	58
Track "Finance & Real Estate"	58
9622AS – Strategic Hotel Investments.....	58
9636AS – Private Equity & Venture Capital	59
9650AS – Hotel Real Estate - Planning & Development.....	59
9666AS – Investment Management.....	60
9668AS – Mergers & Acquisitions	60
9669AS – Risk Management & Alternative Investments	60
Track "Leadership & Management"	61
9618AS – Influence & Leadership: Negotiation & Communication Tools.....	61
9626AS – Crisis/Strategic Communication.....	61
9639AS – Hospitality Technology Strategy	61
9663AS – People Analytics: Adding Value through People	62

9672AS – Unleashing Problem-solving Skills through Programming	62
Module : Travail de diplôme BOSC.....	63
9646SC – SBP (Student Business Project)	63
9647SC – Mémoire de fin d'études.....	63
DEFINITION D'UN MODULE	64

PREAMBULE

Ce catalogue de cours présente une vue d'ensemble des cours offerts au niveau Bachelor par l'EHL Hospitality Business School (ci-après EHL) pour l'année académique 2024/2025.

Programme	Modalités	Langues	Lieu(x) de délivrance
Année préparatoire (AP)	Plein-temps 1 an	Anglais	<ul style="list-style-type: none"> ▸ EHL Campus Lausanne
Bachelor of Science HES-SO en hôtellerie et professions de l'accueil	Plein-temps 3 ans	Français ² et Anglais	<ul style="list-style-type: none"> ▸ EHL Campus Lausanne ▸ EHL Campus Passugg (semestre 3 uniquement) ▸ EHL Campus Singapore (semestre 3 ; semestre 5 jusqu'à automne 24)

Les étudiants inscrits dans la section anglophone peuvent se référer à la version en anglais du course catalogue :

⇒ [See EHL Undergraduate Course Catalogue](#)

INFORMATION IMPORTANTE

Sur nos campus de Singapour et de Passugg, les cours sont dispensés en anglais uniquement, tandis que le campus de Lausanne accueille une section anglophone et une section francophone. Les deux sections conduisent aux mêmes qualifications.

Les programmes de niveau Master et Executive Education sont présentés dans un catalogue de cours séparé (disponible en anglais uniquement):

⇒ [See EHL Graduate courses catalogue](#)

Programme	Modalités	Langues	Lieu(x) de délivrance
Masters of Science			
Master of Science in Global Hospitality Business (MGH)	Plein-temps 16 mois	Anglais	<ul style="list-style-type: none"> ▸ EHL Campus Lausanne ▸ Hong Kong Polytechnic University, School of Hotel and Tourism Management ▸ University of Houston, Conrad N. Hilton College in Houston
Master of Science in Hospitality Management (MiHM)	Plein-temps 16 mois	Anglais	<ul style="list-style-type: none"> ▸ EHL Campus Lausanne
Executive Education			
MBA in Hospitality (MBA-IH)	Temps partiel 24 mois	Anglais	<ul style="list-style-type: none"> ▸ En ligne (80%) ▸ EHL Campus Lausanne (20%)
Hospitality Executive MBA (HEMBA)	Temps partiel 18 mois	Anglais et Mandarin	<ul style="list-style-type: none"> ▸ EHL Campus Lausanne ▸ China Europe International Business School Campus Shanghai et Zurich ▸ Divers sites en Asie

INFORMATION IMPORTANTE

L'EHL se réserve le droit de modifier le contenu du présent document en tout temps. Les étudiants inscrits sont encouragés à consulter la plateforme dédiée (EHLisa) pour des informations détaillées concernant la disponibilité des différents cours, ainsi que les objectifs pédagogiques qu'ils couvrent et les modalités d'évaluation utilisées.

² Les cours de la section francophone du Bachelor EHL sont uniquement disponibles sur le campus de Lausanne.

APPROCHE PEDAGOGIQUE

Expérience pédagogique

Les piliers de l'enseignement selon l'EHL

À l'EHL, les formations aux professions de l'accueil reposent sur des principes fondamentaux, parmi lesquels figurent l'enseignement par l'expérience, l'apprentissage social, le leadership et la valorisation de l'apprentissage continu.

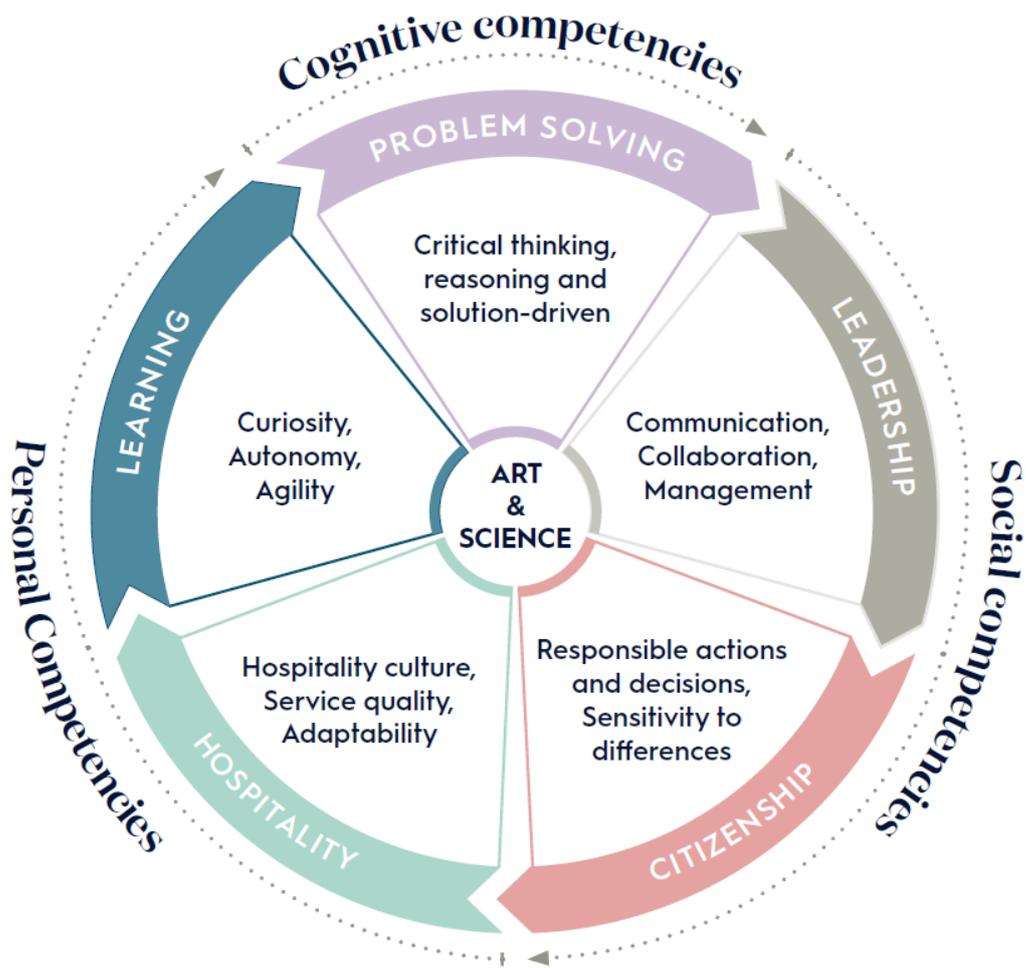
- Enseignement par l'expérience – Apprendre par l'expérience, c'est rester ouvert à de nouvelles situations et perspectives, intégrer ces diverses idées et savoir expérimenter dans des situations concrètes.
- Contexte d'apprentissage social – L'apprentissage étant un processus social, les étudiants apprennent à travailler ensemble afin de réussir à l'EHL et dans le monde professionnel.
- Leadership - Plus que des managers, les étudiants de l'EHL apprennent à devenir des leaders. Le leadership consiste à savoir influencer les autres pour atteindre un objectif commun.
- Valorisation de l'apprentissage continu – L'EHL sensibilise les étudiants au fait que l'apprentissage est un processus qui dure toute la vie. Les étudiants acquièrent les compétences et la motivation nécessaires pour continuer à apprendre bien après leur parcours académique à l'EHL.

Caractéristiques d'un diplômé de l'EHL

La définition suivante décrit le profil des diplômés de l'EHL.

Les diplômés de l'EHL sont des professionnels pragmatiques et innovants. **Orientés résultat**, ils évaluent l'information de manière critique en employant leurs solides compétences analytiques et leur capacité de raisonnement, en s'appuyant sur des connaissances spécifiques, afin d'agir dans des situations complexes et en constante évolution.

- En tant que futurs **leaders** de l'hôtellerie et des secteurs de l'accueil, ils sont des managers proactifs qui communiquent efficacement au sein d'organisations internationales et multiculturelles.
- **Citoyens responsables**, les diplômés de l'EHL prennent des décisions dans un contexte mondial en tenant compte des différences culturelles. Ils contribuent au développement durable par leur compréhension des enjeux environnementaux, économiques, sociétaux et éthiques.
- Inspirés par le "savoir-être" cultivé à l'EHL, ils pensent et agissent dans différents contextes sociaux et culturels. Ils possèdent un état d'esprit résolument tourné vers l'**accueil**, savent faire preuve de courtoisie et proposent un niveau de service irréprochable. Ils sont ouverts d'esprit, cultivés et curieux du monde qui les entoure.
- **Apprenant tout au long de leur vie**, les diplômés de l'EHL sont reconnus pour leurs capacités à se dépasser, leur soif de connaissance ainsi que pour leur autonomie dans le travail individuel et de groupe.



Objectifs pédagogiques globaux et Compétences visées

L'EHL formule ses objectifs pédagogiques et les compétences visées d'une façon commune à tous les étudiants dans l'ensemble des programmes et en alignement avec la définition des diplômés de l'EHL. Les programmes de l'EHL sont conçus d'une manière à différencier entre les niveaux Bachelor et Master selon les descripteurs de Dublin.

Caractéristiques des diplômés	Objectifs pédagogiques globaux	Compétences
ORIENTÉ SOLUTION	Nos diplômés proposent des solutions pragmatiques et innovantes sur la base d'une évaluation critique de l'information, dans le contexte des domaines de l'accueil et des services.	1. Recueillir et évaluer les données pertinentes
		2. Analyser les démarches et stratégies
		3. Proposer des solutions
LEADER	Nos diplômés sont des managers proactifs qui communiquent efficacement au sein d'organisations internationales et multiculturelles.	4. Communiquer avec des audiences diverses
		5. Contribuer au travail de groupe et diriger des équipes
		6. Planifier et gérer des projets et organisations
CITOYEN RESPONSABLE	Nos diplômés sont des citoyens responsables, qui peuvent prendre des décisions tenant compte des différences culturelles et dans un contexte global.	7. Identifier les actions pertinentes et en établir la priorité
		8. Prendre des décisions responsables
		9. Démontrer une appréciation des différences
CULTURE DE L'ACCUEIL	Nos diplômés utilisent d'une manière positive la valeur humaine pour délivrer un service irréprochable dans des situations en constante évolution.	10. Développer une compréhension de la culture de l'accueil
		11. Agir avec courtoisie et flexibilité
		12. Offrir une qualité de service dans des situations variées
APPRENANT À VIE	Nos diplômés cultivent un engagement envers l'apprentissage continu.	13. Cultiver un sens de la curiosité et de l'autonomie
		14. Agir avec agilité
		15. Développer un esprit d'apprentissage à vie

PRESENTATION DU BACHELOR EHL

Le programme Bachelor de l'EHL a été conçu en collaboration avec des professionnels de l'industrie pour offrir une formation complète en management des services, ancrée dans les pratiques hôtelières. Le programme vise à former des managers dans l'industrie de l'accueil et des services, en couvrant l'ensemble des composantes de gestion des entreprises de ce secteur, des opérations aux outils de pilotage, en passant par la stratégie et la planification des affaires. Le programme offre un cursus équilibré qui combine l'immersion dans l'industrie avec la théorie de la gestion et des projets appliqués.

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

- Démontrer une connaissance et une compréhension de tous les domaines de l'industrie de l'accueil leur permettant de proposer des solutions efficaces et innovantes aux différentes parties prenantes, tout en faisant preuve d'une appréciation des divers enjeux environnementaux, sociaux et éthiques ;
- Appliquer de manière critique leurs connaissances de l'industrie de l'accueil, en récoltant et interprétant des données pertinentes, afin de prendre des décisions réfléchies face à des problèmes complexes dans des situations incertaines.;
- Communiquer efficacement avec des spécialistes et des non-spécialistes dans un cadre multiculturel;
- Démontrer des compétences sociales et personnelles, tel que le travail en équipe, le leadership, la connaissance de soi et l'autonomie, et reconnaître l'importance de l'apprentissage à vie ;
- Utiliser leur expérience, cinq sens et culture du service afin d'œuvrer avec confiance, enthousiasme et créativité dans un contexte professionnel.

Points forts du programme

- Une offre multi-campus en Suisse (campus de Lausanne et de Passugg) et à Singapour.
- Ateliers et stages pratiques afin d'apprendre à gérer une entreprise en commençant par l'opérationnel.
- Visites de restaurants étoilés et rencontres avec des Chefs renommés.
- Une double excellence dans la pratique académique et pratique, enseignée par des experts.
- Une offre d'activités extrascolaires et de comités étudiants pour développer le leadership et la créativité.
- Des ateliers de R&D et la possibilité de faire un stage dans votre propre start-up.
- Deux stages et un projet d'entreprise pour prendre un bon départ dans votre carrière.

Objectifs

Le Bachelor de l'EHL prépare les jeunes professionnels à embrasser des carrières dans l'industrie de l'accueil et des services. L'approche de formation duale rassemble des professeurs universitaires et des professionnels de l'industrie hôtelière et de l'accueil qui développent ensemble un équilibre parfait entre savoir-faire et rigueur académique.

Par le biais de l'association académique entre l'EHL et la Haute école spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO³), le Bachelor de l'EHL est reconnu par la Confédération suisse. Le programme de 4 ans est également accrédité par la New England Commission of Higher Education (NECHE⁴). L'EHL s'aligne donc sur les cadres de référence régissant l'attribution des crédits académiques en Suisse, en Europe et aux Etats-Unis et utilise à la fois les systèmes européens (ECTS⁵) et américains (US semester credits) en matière de crédits académiques. Pour obtenir leur diplôme, les étudiants du Bachelor EHL doivent ainsi obtenir un minimum de 120 crédits semestriels américains (jusqu'à 160 crédits américains, année préparatoire incluse) et 180 crédits ECTS (Bachelor of Science ; conformément aux principes de Bologne).

³ www.hes-so.ch

⁴ www.neche.org

⁵ ECTS = [European Credit Transfer System](http://www.ects.eu)



PROGRAMME BACHELOR – Année académique 2024-25
Multi-campus

Année Préparatoire		Année 1		Année 2		Année 3	
IMMERSION		FONDATION		APPLICATION		INTEGRATION	
AP 1	AP 2	BOSC 1 30 CREDITS ECTS	BOSC 2 30 CREDITS ECTS	BOSC 3 30 CREDITS ECTS	BOSC 4 30 CREDITS ECTS	BOSC 5 30 CREDITS ECTS	BOSC 6 30 CREDITS ECTS
Cours appliqués	Stage dans un rôle relatif au secteur de l'accueil (6 mois)	Outils de gestion I 15 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Comptabilité financière Microéconomie Outils informatiques de gestion / Tableurs Mathématiques 	Business Tools II 15 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Problématiques d'analyse financière Macro-économie Statistiques Pensée computationnelle 	Analyse de la gestion d'entreprise 15 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Revenue Management Comptabilité de gestion Management des opérations de service Economie du secteur de l'accueil 	Stage dans un rôle managérial (6 mois) 30 CREDITS ECTS	Analyse intégrée d'entreprise 15 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Finance d'entreprise Corporate Strategy Research Methodology or Project Management & Etude de marché 	Electifs avancés 12 CREDITS ECTS <p>4 Electives Tracks:</p> <ul style="list-style-type: none"> Advanced Marketing & Luxury Management Entrepreneurial Ventures & Corporate Innovation Finance & Real Estate Leadership & Management
		Communication & culture I 5 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Langue étrangère Business English 	Communication & culture II 5 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Langue étrangère Rédaction académique 	Communication & culture III 6 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Langue étrangère Défis juridiques du manager de l'accueil 		Gestion intégrée du secteur de l'accueil 15 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Hotel asset management Leadership & Organizational Behavior Real estate finance 	
		Bases de gestion dans le secteur de l'accueil I 10 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Gestion financière pour les opérations nourriture et boisson Fondamentaux du marketing de l'accueil Comportement humain et performance au travail 	Bases de gestion dans le secteur de l'accueil II 10 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Conception et qualité de service Gestion de l'information client et des canaux de distribution Gestion de l'hébergement 	Applied Management 9 CREDITS ECTS <ul style="list-style-type: none"> Systèmes de gestion des talents Marketing international des services Gestion de la responsabilité sociétale de l'entreprise 		Travail de diplôme BOSC : Student Business Project (SBP) ou Mémoire de fin d'études 18 CREDITS ECTS	

DIPLOME DE BACHELOR

EMPLOI / MASTER, ex., EHL MINM

Année préparatoire (AP)

Le programme Bachelor de l'EHL commence par une année préparatoire (AP). Cette année d'introduction à l'hôtellerie vous apprendra tout ce que vous devez savoir sur les opérations d'un hôtel ou d'un restaurant et vous permettra d'acquérir de solides bases professionnelles pour les cours de gestion et de stratégie du cursus.

Le programme de l'année préparatoire poursuit deux objectifs d'apprentissage majeurs :

- les étudiants acquièrent un savoir-faire et savoir-être qu'ils appliquent dans les départements opérationnels d'un hôtel lors de leur stage ;
- les étudiants renforcent leur compréhension globale de l'industrie hôtelière afin de se préparer aux exigences académiques du programme Bachelor.

Au cours des six premiers mois, les étudiants effectuent une rotation dans les divers points de restauration du campus de Lausanne, ainsi que dans des ateliers liés à la réception et aux services en chambres, afin d'acquérir des connaissances appliquées des opérations d'un hôtel ou d'un restaurant. Les étudiants suivent également des cours théoriques pour les initier à la gestion hôtelière. Les étudiants entreprennent ensuite en stage opérationnel pour une durée de 6 mois dans l'entreprise de leur choix. Celui-ci est une expérience professionnelle qui leur permettra de mettre en application les compétences et valeurs acquises en situation réelle, et de développer leur autonomie.

- L'année préparatoire est dispensée en anglais uniquement et exclusivement sur le campus de Lausanne. L'objectif est de s'assurer que les cours d'arts pratiques sont dispensés dans des installations de pointe, et de favoriser le développement de « l'EHL spirit » au sein de la communauté étudiante.
- La réussite de l'année préparatoire est une condition préalable pour intégrer le programme Bachelor of Science de l'EHL.
- Des exemptions sont possibles – le règlement d'exemption de l'année préparatoire est publié sur le site internet de l'EHL.

Bachelor of Science HES-SO en Hôtellerie et professions de l'accueil (Hospitality Management)⁶

Après l'année préparatoire, les étudiants rejoignent le programme Bachelor (BOSC) de 6 semestres pour acquérir des connaissances et développer des compétences en matière de gestion dans l'industrie des services.

Après trois semestres d'études, les étudiants effectuent un stage administratif de six mois afin d'acquérir une expérience pratique supplémentaire dans un domaine d'activité qui les intéresse. Ce stage en entreprise constitue un élément différenciateur clé de l'expérience d'apprentissage de l'EHL et a prouvé sa valeur en aidant les étudiants à mettre en pratique des concepts théoriques et à les préparer à leur future carrière professionnelle.

Au cours du dernier semestre, les étudiants peuvent choisir parmi une variété d'électifs avancés. Enfin, la dernière partie du semestre est consacrée soit à un travail académique (mémoire de fin d'études), soit à un Student Business Project (SBP). Ceux-ci ont pour but non seulement de s'assurer que les étudiants ont acquis les connaissances et les compétences visées, mais aussi de les préparer à leur future carrière professionnelle ou à la poursuite de leurs études.

- Une offre diverse de cours de langues (semestres BOSC1, BOSC2 et BOSC3) et de cours électifs (BOSC6) est offerte aux étudiants. Tous les autres cours du programme BOSC sont obligatoires et offrent un contenu similaire sur chaque campus.
- Une entrée directe en 2^{ème} année du programme (semestre BOSC3) est possible pour les candidats remplissant les conditions détaillées dans le règlement correspondant, publié sur le site internet de l'EHL. Les titulaires d'un diplôme professionnel en hôtellerie (Dipl. Hôtelière-Restauratrice/Hôtelier-Restaurateur HF/ES) peuvent notamment obtenir le Bachelor of Science de l'EHL en 3 semestres avec une exemption du stage administratif de BOSC4.

⁶ Bachelor of Science in International Hospitality Management

COURS DE L'ANNEE PREPARATOIRE

Les cours du premier semestre de l'année préparatoire sont dispensés en anglais uniquement, et exclusivement sur le campus de Lausanne.

MODULE 7	INTRODUCTION TO HOSPITALITY MANAGEMENT ⁸	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS ⁹
7160BC	Introduction to F&B Management	B	C	25h	0.6	L
7175BC	Rooms Division & Spa Operations	B	C	31h	0.7	L
7181BC	Fundamentals of Sustainable Business	B	C	12h	0.3	L
	Language , one of the following:					
7155BM	Introduction to French	B	M	41h	1.0	L
7182BC	Introduction to Business Communication	B	M	46h	1.0	L
MODULE	INTRODUCTION TO BUSINESS TOOLS	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7171BC	Applied Mathematics & Tools for Hospitality	B	C	44h	1.0	L
MODULE	FOOD & BEVERAGE WORKSHOPS I	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7100BC	Fine Dining Cuisine	B	C	54h	1.2	L
7110BC	Fine Dining Restaurant	B	C	74h	1.6	L
7114BC	Events: Management & Operations	B	C	55h	1.2	L
7117BC	Catering	B	C	41h	0.9	L
71784C	Pastry Making	B	C	40h	0.9	L
MODULE	FOOD & BEVERAGE WORKSHOPS II	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7115BC	R&D Design Lab	B	C	31h	0.7	L
7116BC	Culinary Operations	B	C	60h	1.3	L
7118BC	Bar & Restaurant Outlets	B	C	90h	2.0	L
7141BC	Stewarding	B	C	24h	0.5	L
7183BC	Bakery Making	B	C	16h	0.4	L
7185BC	The Culinary & Table Arts by 1893	B	C	30h	0.7	L
MODULE	WINE & MIXOLOGY	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7120BC	Oenology & Wine-Producing Regions	B	C	54h	1.2	L
7179BC	Mixology	B	C	66h	1.5	L
MODULE	ROOMS	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7136BC	Housekeeping	B	C	44h	1.0	L
7138BC	Front Office	B	C	38h	0.8	L
MODULE	FIELD TRIP	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7170BC	Michelin Star Experience	B	C	10h	0.2	L
MODULE	INTERNSHIP	LEVEL	TYPE	TOTAL LEARNING WORKLOAD	US CREDITS	DELIVERED ON CAMPUS
7200BC	Internship	B	C	-	20	

⁷ Definition of module, level and type of course are provided in the Appendix of the present document.

⁸ During the module Introduction to Hospitality Management, beginners (A1) in French will attend the language course. All other students will be enrolled in Introduction to Business Communication.

⁹ Availability of the course on each campus for Academic year 2024/2025: L = EHL Campus Lausanne, S = EHL Campus Singapore, P = EHL Campus Passugg.

PREPARATORY YEAR - SEMESTER 1

Module: Introduction to Hospitality Management

In this academic module, students will discover the theory related to the main themes within the hospitality industry. It introduces students to the complex world of hospitality management including hotels, food and beverage operations, rooms division operations and sustainability. Beginners in French language will have the opportunity to improve their French skills in a 30-hour intensive course. Students who already have a certain level in French will follow the Introduction to business communication course.

7160BC – Introduction to F&B Management

25 hours total learning workload – 0.6 US credit

Summary

During this course, students will identify the basic management steps to develop a food and beverage concept. Before coming to class students will learn concepts and notions via videos and fill out their F&B booklets. In-class knowledge gained will be assessed with graded quizzes. Concepts and notions learnt will be applied through examples, case studies, articles and debates. Finally, students will be able to draw basic connections between the external environment and F&B operations.

Objective

Upon successful completion of this course, students will describe each fundamental facet of F&B management, select the appropriate management tools, and draw connections within an applied project.

7175BC – Rooms Division & Spa Operations

31 hours total learning workload – 0.7 US credit

Summary

During this course, students will develop knowledge on rooms division and the spa industry within various types of lodging establishments. Through digital lessons, students will prepare individually for each class by completing a pre-work. During in-class activities, students will be introduced to the discover the main reports used in the daily operations of any hotel.

Objective

Upon successful completion of this course, students will describe the structure and main responsibilities of a rooms division department and a spa.

7181BC – Fundamentals of Sustainable Business

12 hours total learning workload – 0.3 US credit

Summary

During this course, students will explain and explore the social, economic and environmental principles required within the hospitality context. Before each class, students will prepare individually by completing a pre-work. Through a variety of class activities, students will identify the key factors required for a hospitality business, helping them to raise their awareness on sustainable practices.

Objective

Upon successful completion of this course, students will define the fundamental elements required for the creation of a sustainable business.

7155BM – Introduction to French

41 hours total learning workload – 1.0 US credit

Summary

During this course, students will communicate orally and in writing in French at the A1 level of the CEFR (Common European Framework of Reference for Languages). This course prepares students to communicate in a French speaking environment in a hospitality work environment, using appropriate language.

Objective

Upon successful completion of the course, students will express themselves in simple sentences (orally and in writing) in everyday personal and professional situations.

7182BC – Introduction to Business Communication

46 hours total learning workload – 1.0 US credit

Summary

During this course, students will employ effective business communication in English, a prerequisite for anyone wishing to enter an international working environment. Students will consolidate their communication skills while acquiring the business vocabulary needed to express themselves orally and in writing in a variety of professional situations related to the hospitality industry.

Objective

Upon successful completion of this course, students will use a variety of economic and business vocabulary to communicate effectively, both orally and in writing, in various hospitality situations.

Module: Introduction to Business Tools

In this module, students will reinforce their quantitative skills through math review and applied use of Excel. Through various applied exercises, students consolidate and develop the logic skills necessary for success in EHL's Bachelor of Science program. In a series of in-person classes, autonomous study, self-guided online work as well as tutoring sessions, students fine tune their mathematical and problem-solving abilities.

7171BC – Applied Mathematics & Tools for Hospitality

44 hours total learning workload – 1.0 US credit

Summary

During this course, students will use an application-based approach to acquire quantitative skills relevant to the hospitality and business sector. Students will develop both mathematical and Excel skills that are necessary as prerequisites for success in the Bachelor program. This course is mainly based on weekly individual work guided by the online digital content. Students can work at their own pace on the required basic mathematical notions and Excel basics.

Objective

Upon successful completion of this course, students are able to solve simple quantitative problems by applying the right mathematical tools and using basic functions in Excel.

Modules: Food & Beverage Workshops I and II

In the F&B I and II modules, students will acquire operational skills by working in EHL's multiple food and beverage outlets. Students will be immersed in a real work environment and will apply the standards of hygiene and safety (HACCP). At the end of these modules, they will develop the basic skills necessary to work in various types of food and beverage concepts. Finally, through digital lessons coupled with class activities, students will gain knowledge on best practices and trends within the food and beverage industry, the culinary world and in events.

Module: Food & Beverage Workshops I

7100BC – Fine Dining Cuisine

54 hours total learning workload – 1.2 US credit

Summary

During this course, students will be totally immersed in one of the professional kitchen of EHL's fine dining restaurants, where they will develop their knowledge of fine dining cuisine operations. Students will work in small groups and will be supervised by lecturers and F&B professional staff, namely the station manager,

called the Chef de Partie. During the week, they work at different positions at the following stations: Cold kitchen, Fish, Meat and Pastry

Objective

Upon successful completion of this course, students will demonstrate a basic understanding of a gastronomic cuisine including the organization, design, investments, and benefits, among other aspects.

7110BC – Fine Dining Restaurant

74 hours total learning workload – 1.6 US credits

Summary

During this course, students will participate in the service activities of a fine dining restaurant. They will apply the standards of fine dining establishments, while organizing and managing their sequential work roles. Students will demonstrate appropriate communication with the restaurants' staff members, its clientele and their teammates. They will be supervised by professional lecturers and F&B professional staff

Objective

Upon successful completion of this course, students will apply processes and standards of service, and demonstrate service techniques used in a fine dining restaurant.

7114BC – Events: Management & Operations

55 hours total learning workload – 1.2 US credit

Summary

During this course, students will participate in the organization and execution of all the events scheduled at EHL during the week (e.g. gala, coffee break, aperitif, etc.). They will practice different work roles during an event service and will work in groups of students according to each event's scope. Throughout the course and its multiple activities, students will assimilate EHL's philosophy of service as well as the basic service techniques, supervised by professional lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will demonstrate basic service techniques necessary for an event and will prepare a sequence for an event's organization from beginning to end.

7117BC – Catering

41 hours total learning workload – 0.9 US credit

Summary

During this course, students will participate in food preparation and distribution for different workshop activities such as event and boutique catering, sushi corner, and preliminary preparation. Students will execute mise en place, production and service for events; for the boutique and sushi corner they will prepare the mise en place and packaging, and carry out in-house deliveries. Students will work in small groups, supervised by lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will explain the specificities of the catering industry and identify distinct catering techniques used for event and specialized delicatessen shops.

7184BC – Pastry Making

40 hours total learning workload – 0.9 US credit

Summary

During this course, students will participate in the three main activities for this workshop (central pastry making, boutique pastry making, and chocolate pastry making). They will produce desserts and other specialty sweets in both large and small-scale pastry kitchens. Students will work in small groups, supervised by lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will recognize the main stages of production of basic pastry products.

Module: Food & Beverage Workshops II

7115BC – R&D Design Lab

31 hours total learning workload – 0.7 US credit

Summary

During this workshop, students will participate in a series of activities related to culinary research and development. Through dynamic, creative and applied activities, students will develop culinary techniques associated with an R&D unit. They will analyze and experiment with breaking down a traditional dish and then building it back up again. They will explain the importance of having an R&D department in the agribusiness industry.

Objective

Upon successful completion of this course, students will explain the main components to conduct an analysis within a research & development department in the agribusiness industry.

7116BC – Culinary Operations

60 hours total learning workload – 1.3 US credits

Summary

During this course, students are completely immersed in several high-volume professional kitchens. The workshop focuses on production, distribution of meals, and—perhaps more importantly—on the organization and logistics of a central kitchen. Many topics will be discussed, including choice of products, work methods, compliance with food safety standards, managing both food waste and loss, and menu planning. Students will work in small groups, supervised by lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will recognize the principles of the flow of food through a large volume operation within EHL's food court kitchen and quick service restaurant.

7118BC – Bar & Restaurant Outlets

90 hours total learning workload – 2.0 US credits

Summary

During this course, students will discover different concepts for bars and restaurants. Every day, students, in small groups, will familiarize themselves with a new point of sale, a new team and a new approach. Students will apply knowledge from in-class theory sessions directly through practical work and contact with clients. Students will create and discover products and promote them at the points of sale. They will be supervised by lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will apply different service techniques depending on the point of sale. By modifying their pace and style of service according to flow and client, they learn to adapt their service approach.

7141BC – Stewarding

24 hours total learning workload – 0.5 US credit

Summary

During this course, students will execute specific cleaning procedures and various tasks related to Stewarding operations. Managing such a department represents concrete challenges (e.g. physical, environmental, staff motivation). Students will identify the link between F&B operations and waste management. They will work in small groups supervised by lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will organize the work in a stewarding area and implement waste sorting management standards.

7183BC – Bakery Making

16 hours total learning workload – 0.4 US credit

Summary

During this course, students will participate in the production of bread and viennoiseries for the different EHL outlets. They will work in small groups, supervised by lecturers and F&B professional staff.

Objective

Upon successful completion of this course, students will recognize the main stages of production of basic bakery products.

Module: Wine & Mixology

In this module, students will acquire basic knowledge of Oenology and Mixology. Oenology is the science of all aspects of winemaking and wine characteristics. Mixology is the skill of preparing drinks associated with a strong knowledge of various alcoholic beverages. In order to master these topics, students will have digital lessons coupled with in-class activities where subjects will be developed through tasting sessions and diverse gamified activities. Finally, they will learn the basics of cocktail making skills at one of EHL's cocktail bar outlets.

7120BC – Oenology & Wine-Producing Regions

54 hours total learning workload – 1.2 US credits

Summary

During this course, students will develop wine-related knowledge in order to gain confidence when working in a restaurant setting. Through digital lessons, students will gain knowledge on the science behind winemaking and will touch on topics including grape varieties, and the various production methods. They will recognize the different types of wines and the "appellation" system in Europe. This course also outlines the influence geographical features (e.g., soil, weather, microclimates) have on a wine's taste and identity, a concept known as terroir. During in-class activities, students will build their knowledge further through gamified activities and wine tasting sessions. Tasting wines is not required.

Objective

Upon successful completion of this course, students will demonstrate a basic understanding of oenology and wine growing. Students will identify the differences between dissimilar "terroirs" and how it can affect the taste of the wine.

7179BC – Mixology

66 hours total learning workload – 1.5 US credits

Summary

During this course, students will develop knowledge related to spirits and other specialty products. Through digital lessons, students will prepare individually for each class by completing a pre-work. In class, they will then build their knowledge through tasting sessions and diverse gamified activities. During their practical shift at one of EHL's outlets, students will practice the service skills required and use creativity to make a cocktail. Tasting alcohol is not required.

Objective

Upon successful completion of this course, students will classify and describe alcoholic beverages and cigars according to production processes.

Module: Rooms

In this module, students will become familiar with the rooms division organization in various lodging establishments. With this objective in mind, students will learn the functions of a front-office, concierge, guest relations and Housekeeping departments.

7136BC – Housekeeping

44 hours total learning workload – 1.0 US credit

Summary

During this course, students will develop the knowledge and skills necessary in order to work in a housekeeping department. Through digital lessons, students will prepare individually for each class by completing a pre-work. They will then apply their knowledge through practical shifts where they will clean EHL campus rooms under the supervision of a lecturer and professional staff. Students will engage in multiple in- class activities such as an inspection of a luxury hotel room using virtual reality.

Objective

Upon successful completion of the course, students will demonstrate the knowledge necessary to work in a housekeeping department. They will develop operational skills to execute and inspect the cleaning of a hotel room.

7138BC – Front Office

38 hours total learning workload – 0.8 US credit

Summary

During this course students discover essential daily procedures within the front office such as a reservation, check-in, handling requests and check out. Through digital lessons, students will prepare individually for each class by completing a pre-work. During in-class activities, students will explore the daily operational tasks performed by the front office, concierge and guest relations departments in full-service hotels.

Objective

Upon successful completion of this course, students will demonstrate the basic front of the house tasks performed at the front office, the concierge, and the guest relations, in a full-service hotel.

Field Trip

In this module, students develop their understanding of fine dining in the real world through an immersive experience. Before the field trip, they become acquainted with the establishment that they will visit through online material, articles and videos in order to fully appreciate the experience.

7170BC – Michelin Star Experience

10 hours total learning workload – 0.2 US credit

Summary

During this course, students will explore a Michelin Star restaurant's operations and organization from the guest perspective. Students will observe the high-end techniques and methods involved in preparing and serving food and beverages. They will exchange about topics such as the daily organization, demanding guests' expectations, and the challenges faced by such an establishment.

Objective

Upon successful completion of this course, students will describe the main facets of a real-world Michelin star restaurant and explain its organization.

PREPARATORY YEAR - SEMESTER 2

Module: Internship

7200BC – Operational Internship

20 US credits

Summary

The main purpose of the Preparatory Year internship is to provide students with an opportunity to gain valuable experience in the hospitality industry, in addition to the practical training received at EHL Campus Lausanne and the classes attended during their first semester. This internship is an integral part of their studies and a prerequisite to join EHL's Bachelor program. Students will put into practice the wide range of skills that they have acquired during their first semester, either in a hotel or other establishment with an F&B offer.

Objective

Upon successful completion of the operational internship, students will be able to master the practical skills specifically related to their position, describe it in its entirety, and know how it connects and interacts with other departments within the institution. Students will be able to identify the central tasks, execute them and work autonomously.

COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 1

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 1								
MODULE ¹⁰	OUTILS DE GESTION D'ENTREPRISE I 15 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS ¹¹
9101BC	Comptabilité financière	B	C	113h	45h	3.0	4.5	L
9102BR	Microéconomie	B	R	75h	30h	2.0	3.0	L
9103BR	Outils informatiques de gestion / Tableurs	B	R	75h	30h	2.0	3.0	L
9104BR	Mathématiques	B	R	113h	45h	3.0	4.5	L
MODULE	BASES DE GESTION DANS LE SECTEUR DE L'ACCUEIL I 10 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS
9110BC	Gestion financière pour les opérations nourriture et boisson	B	C	83h	30h	2.2	3.3	L
9113BC	Les fondamentaux du marketing de l'accueil	B	C	85h	30h	2.3	3.4	L
9114BC	Comportement humain et performance au travail	B	C	83h	30h	2.2	3.3	L
MODULE	COMMUNICATION ET CULTURE I ¹² 5 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS
9130IM	Business English	I	M	75h	30h	2.0	3.0	L
	Langue choix d'une des langues ci-dessous :		M	50h	30h	1.3	2.0	
9121-1BM	French beginner (A1.1)	B						L
9121-2BM	French beginner (A2.1)	B						L
9121-3IM	French intermediate (B1.1)	I						L
9121-4IM	French intermediate (B2.1)	I						L
9122-1BM	Espagnol débutant (A1.1)	B						L
9122-2BM	Espagnol débutant (A2.1)	B						L
9122-3IM	Espagnol intermédiaire (B1.1)	I						L
9122-4IM	Espagnol intermédiaire (B2.1)	I						L
9123-1BM	Allemand débutant (A1.1)	B						L
9123-2BM	Allemand débutant (A2.1)	B						L
9123-3IM	Allemand intermédiaire (B1.1)	I						L
9123-4IM	Allemand intermédiaire (B2.1)	I						L
9124-1BM	Mandarin débutant (A1.1)	B						L
9126-1BM	Russe débutant (A1.1)	B						L

¹⁰ La définition du module, du niveau et du type de cours est définie dans l'annexe du présent document.

¹¹ Disponibilité du cours sur chaque campus pour l'année académique 2024/2025 : L = EHL Campus Lausanne, S = EHL Campus Singapore, P = EHL Campus Passugg.

¹² Pendant le module « Communication et Culture I », les étudiants suivent le cours « Business English » ainsi qu'un cours de langue étrangère de leur choix au niveau pertinent. Les langues spécifiques et les niveaux proposés sont à confirmer au début du semestre. Les cours de français sont uniquement proposés aux étudiants de la section anglaise.

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 2

MODULE ¹³	OUTILS DE GESTION D'ENTREPRISE II 15 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS ¹⁴
9201BC	Problématiques d'analyse financière	B	C	88h	30h	2.3	3.5	L
9202BR	Macroéconomie	B	R	88h	30h	2.3	3.5	L
9203BR	Statistiques	B	R	113h	45h	3.0	4.5	L
9228BR	Pensée computationnelle	B	R	88h	30h	2.3	3.5	L
MODULE	BASES DE GESTION DANS LE SECTEUR DE L'ACCUEIL II 10 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS
9211BC	Conception et qualité de service	B	C	83h	30h	2.2	3.3	L
9214BC	Gestion de l'hébergement	B	C	85h	30h	2.3	3.4	L
9231BR	Gestion de l'information client et des canaux de distribution	B	R	83h	30h	2.2	3.3	L
MODULE	COMMUNICATION ET CULTURE II ¹⁵ 5 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS
9230BM	Rédaction académique et Communication d'affaires	B	M	75h	30h	2.0	3.0	L
	Langue choix d'une des langues ci-dessous :		M	50h	30h	1.3	2.0	
9221-1BM	French beginner (A1.2)	B						L
9221-2BM	French beginner (A2.2)	B						L
9221-3IM	French intermediate (B1.2)	I						L
9221-4IM	French intermediate (B2.2)	I						L
9222-1BM	Espagnol débutant (A1.2)	B						L
9222-2BM	Espagnol débutant (A2.2)	B						L
9222-3IM	Espagnol intermédiaire (B1.2)	I						L
9222-4IM	Espagnol intermédiaire (B2.2)	I						L
9223-1BM	Allemand débutant (A1.2)	B						L
9223-2BM	Allemand débutant (A2.2)	B						L
9223-3IM	Allemand intermédiaire (B1.2)	I						L
9223-4IM	Allemand intermédiaire (B2.2)	I						L
9224-1BM	Mandarin débutant (A1.2)	B						L
9226-1BM	Russe débutant (A1.2)	B						L

¹³ La définition du module, du niveau et du type de cours est définie dans l'annexe du présent document.

¹⁴ Disponibilité du cours sur chaque campus pour l'année académique 2024/2025 : L = EHL Campus Lausanne, S = EHL Campus Singapore, P = EHL Campus Passugg.

¹⁵ Pendant le module « Communication et Culture II », les étudiants suivent le cours « Rédaction académique et Communication d'affaires » ainsi qu'un cours de langue étrangère de leur choix au niveau pertinent. Les langues spécifiques et les niveaux proposés sont à confirmer au début du semestre. Les cours de français sont uniquement proposés aux étudiants de la section anglaise.

SEMESTRE 1 (BOSC1)

Module : Outils de gestion d'entreprise I

15 crédits ECTS

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

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

9101BC – Comptabilité financière

45 heures de contact – 3.0 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

9102BR – Microéconomie

30 heures de contact – 2.0 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

9103BR – Outils informatiques de gestion / Tableurs

30 heures de contact – 2.0 crédits US

Résumé

Ce cours vise à fournir aux étudiants les compétences essentielles et à libérer le plein potentiel d'Excel. Les étudiants acquerront la capacité d'examiner et d'organiser les données brutes en conclusions convaincantes et cruciales. Ils utiliseront des outils appropriés dans le cadre du programme académique et dans l'optique de leurs besoins professionnels futurs.

Objectif

À la réussite de ce cours, les étudiants auront acquis les compétences nécessaires pour utiliser les fonctions et les outils Excel pour résoudre divers problèmes quantitatifs et concevoir des feuilles de calcul en utilisant une approche analytique. Ils tireront parti des capacités d'Excel pour des résultats pertinents axés sur les données.

9104BR – Mathématiques

45 heures de contact – 3.0 crédits US

Résumé

Ce cours a pour but de fournir aux étudiants les compétences mathématiques nécessaires à la maîtrise des enseignements du programme Bachelor et de développer leurs capacités de logique et d'abstraction. Les notions telles que les fonctions d'une ou plusieurs variables, l'optimisation avec ou sans contraintes et la maîtrise de l'algèbre seront développées. Les exercices et les mises en application joueront un rôle essentiel dans le processus d'apprentissage. Ceux-ci contribuent non seulement à se familiariser avec les outils et notions mathématiques et leur fonctionnement, mais aussi à développer l'intuition nécessaire au maniement de concepts abstraits et à la compréhension des mécanismes liant les causes à leurs effets.

Objectif

Après avoir réussi cette unité d'enseignement, les étudiants sont en mesure de sélectionner et d'utiliser l'outil mathématique adéquat selon le contexte, ainsi qu'interpréter et évaluer des résultats.

Module : Bases de gestion dans le secteur de l'accueil I

10 crédits ECTS

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

9110BC – Gestion financière pour les opérations nourriture et boisson

30 heures de contact – 2.2 crédits US

Résumé

Ce cours présente les aspects financiers de la gestion en restauration. En commençant par une introduction à l'industrie F&B, ainsi qu'au compte des résultats, le cours amène ensuite les étudiants à comprendre les implications financières qu'ont les décisions managériales quotidiennes concernant les revenus et les coûts. Plusieurs indicateurs clés de performance largement utilisés dans les opérations de restauration sont introduits tout au long du cours à l'aide d'exercices et de fonctions pratiques utilisées dans les opérations quotidiennes de restauration. Le cours fournit un aperçu complet des méthodes, des outils et des techniques pour optimiser le bénéfice d'exploitation par l'augmentation des recettes (conception des menus et fixation des prix) et l'optimisation des coûts - en contrôlant les dépenses liées à la nourriture, aux boissons et à la main d'œuvre.

Objectif

À l'issue de ce cours, les étudiants peuvent comprendre l'influence des décisions managériales sur les résultats financiers des opérations de F&B, en apprenant à lire le langage des chiffres.

9113BC – Les fondamentaux du marketing de l'accueil

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Durant ce cours, les étudiants se familiariseront avec les outils et le langage de base du marketing. Plus précisément, ils seront exposés aux concepts et processus marketing de base ainsi qu'aux fondations du plan marketing. Les étudiants apprendront comment cette « boîte à outils marketing » constitue la base de toutes les stratégies de marketing et pourront se rendre compte, grâce à de nombreux exemples de l'industrie de l'accueil, comment ces concepts sont appliqués dans la réalité. Les étudiants apprendront également à développer certains éléments du mix marketing (4Ps) en suivant le processus de prise de décision marketing d'une offre de l'industrie de l'accueil. La compréhension et l'utilisation de ces outils marketing se fera sur la base de discussions en classe et grâce à des travaux de groupe qui permettront aux étudiants, tout au long du cours, d'analyser un cas de l'industrie de l'accueil puis de créer leur propre stratégie de communication.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être en mesure de décrire les principes de la fonction marketing dans une entreprise et expliquer comment les entreprises utilisent le marketing pour mettre en cohérence production et consommation

9114BC – Comportement humain et performance au travail

30 heures de contact – 2.2 crédits US

Résumé

Les hôteliers et les managers sont en interaction constante avec les clients et les employés. À ce titre, ils doivent avoir une bonne compréhension d'eux-mêmes et des autres. Ils doivent montrer l'exemple, être conscients de leurs préjugés, comprendre les autres avec précision et les motiver. Certaines personnes sont naturellement plus douées que d'autres pour gérer les interactions humaines, mais cette compétence peut également être développée. Dans ce cours, les étudiants apprendront les principes fondamentaux de la psychologie du travail et des organisations. Ils acquerront des connaissances sur les théories psychologiques mais ils développeront également un nouvel état d'esprit sur eux-mêmes et sur les autres.

Objectif

À l'issue de ce cours, vous devriez être en mesure de décrire et de comprendre les comportements humains au travail à l'aide de théories psychologiques et managériales, fondées sur une démarche scientifique.

Module : Communication et culture I

5 crédits ECTS

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

9130IM – Business English

30 heures de contact – 2.0 crédits US

Résumé

The rationale for the Business English course is that proficiency in English is required to succeed in today's international business world. In this course, the skills that are intended to be broadly covered are the following: (1) becoming competent at critically reading authentic business texts in English aimed at an educated audience; (2) writing various business documents; and (3) delivering formal arguments in presentations all while using new advanced grammar points and business vocabulary. To achieve these three goals, students will be expected to read and write a variety of business documents, to deliver presentations and negotiate in mock business meetings, to collaborate with classmates for projects, and to demonstrate the understanding and acquisition of new vocabulary and grammar skills through individual tests.

Objectif

Upon successful completion of Business English, students will be able to express themselves in English in a variety of ways in a business context.

9122-1BM – Espagnol débutant (A1.1) / Spanish beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will provide students with basic linguistic competencies for everyday Spanish situations. Students will be able to understand and use basic expressions, express themselves in short and easily formulated conversations and follow a simple dialogue.

Objectif

Upon successful completion of this course, you should be able to introduce yourself and others as well as ask and answer questions about personal details such as where you live, people you know and possessions you have. By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in Spanish corresponding at least to the A1 level of the Common European Framework of References for Languages.

9122-2BM – Espagnol débutant (A2.1) / Spanish beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This Spanish course will build on the basic linguistic competences, both oral and written, that have already been acquired by the student. It will enable a certain confidence in communication in everyday personal situations.

Objectif

Upon successful completion of this course, you should be able to participate extemporaneously in conversations about familiar subjects, using frequently used expressions, understanding the essential information of short written texts and handling basic written documents.

9122-3IM – Espagnol intermédiaire (B1.1) / Spanish intermediate (B1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will give students the competencies to handle many linguistic situations occurring in everyday life. Students will be able to express themselves on subjects of personal interest with an acceptable degree of fluency. They will be able to present and defend their points of view, using facts, experiences and projects in familiar contexts.

Objectif

Upon successful completion of this course unit, you should be able to communicate effectively in a variety of common work situations. At the end of this course, students should have acquired a level of Spanish competence corresponding to at least B1.1 of the Common European Framework of Reference for Languages.

9122-4IM – Espagnol intermédiaire (B2.1) / Spanish intermediate (B2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will provide students with the oral and written skills they need to be able to communicate in most personal and professional situations in Spanish. Students will be encouraged to communicate with a good degree of autonomy and will participate in discussions, debates, etc. and work with texts related to the workplace and their interests.

Objectif

On successful completion of this course unit, you should be able to communicate effectively, both orally and in writing, in a variety of everyday work situations. At the end of this course, students should have acquired and consolidated a level of competence in Spanish corresponding to at least level B2 of the Common European Framework of Reference for Languages.

9123-1BM – Allemand débutant (A1.1) / German beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This German course will equip students with very basic linguistic competencies for everyday situations and for practical professional life in the hospitality world. Students will be able to express themselves in short and easily formulated conversations and follow a simple dialogue. By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the level A1 of the Common European Framework of References for Languages in everyday situations.

Objectif

On successful completion of this German course, you should be able to introduce yourself and others, be able to ask and answer questions about personal details such as where you or your interlocutor come from, live and work.

9123-2BM – Allemand débutant (A2.1) / German beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the A2 of the Common European Framework of References for Languages. This German course builds on the basic linguistic competences, both oral and written, already acquired by the student. Situations are standard but students become more capable of operating in familiar circumstances, expressing opinions on abstract/cultural matters in a limited way or offering advice on basic topics.

Objectif

On successful completion of this German course, you should be able to participate in basic familiar and professional conversations, to understand the main information given by an interlocutor and to handle basic written documents for recurrent hospitality situations.

9123-3IM – Allemand intermédiaire (B1.1) / German intermediate (B1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the B1 of the Common European Framework of References for Languages. This German course will give students the competencies to handle many linguistic situations occurring in everyday life. Students will be able to express themselves on subjects of personal interest with an acceptable degree of fluency. They will be able to present and defend their points of view on facts, experiences and projects in familiar contexts.

Objectif

On successful completion of this course unit, you should be able to communicate in many typical professional and general day-to-day situations.

9123-4IM – Allemand intermédiaire (B2.1) / German intermediate (B2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the B2 of the Common European Framework of References for Languages. This course will give students the oral and written skills necessary to communicate in most language situations in both personal and professional situations in German. The student will be encouraged to communicate with a high degree of autonomy and will participate in discussions, debates, etc. He or she will work with texts related to the professional field and his/her interests, to increase vocabulary and fluency.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to communicate in German both orally and in written situations concerning personal and professional life.

9124-1BM – Mandarin débutant (A1.1) / Mandarin beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This introductory course provides students with an overview of basic Mandarin vocabulary and grammar. Focused on conversational topics, student learning will be structured through reading, writing, listening, and speaking exercises so that they can begin to demonstrate their language skills in simple situations and contexts.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to demonstrate the ability to communicate at an elementary level in Mandarin through the four major linguistic skills (listening, reading, writing, speaking). They should have acquired part of the competencies in Mandarin corresponding at least to the A1 level of the Common European Framework of References for Languages (HSK Level 1 according to HanBan).

9126-1BM – Russe débutant (A1.1) / Russian beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will provide students with basic linguistic competences in Russian, suitable for everyday life situations. It should allow students to communicate orally and in writing at the Elementary level of TORFL (Test of Russian as a Foreign Language), equivalent to level A1 of the CEFR (Common European Framework of Reference for languages). Students will learn basic communication skills in a limited number of everyday situations. They will be introduced to the Russian (Cyrillic) alphabet. This course will teach them how to find directions in a city, deal with hotel reception or find their way in an airport. These lessons will contribute to their training for working in the hospitality industry.

Objectif

On successful completion of this course, you should be able to communicate and interact in Russian in everyday situations.

SEMESTRE 2 (BOSC2)

Module : Outils de gestion d'entreprise II

15 crédits ECTS

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

9201BC – Problématiques d'analyse financière

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

9202BR – Macroéconomie

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

L'environnement macroéconomique influence tous les secteurs de l'économie. La compréhension des phénomènes macroéconomiques courants et de leurs liens de cause à effet, de même que l'anticipation de leurs conséquences possibles, sont ainsi des compétences clés que les managers doivent posséder. Développer ces compétences est donc l'objectif principal de ce cours. Cet objectif sera atteint grâce à l'étude rigoureuse, par l'intermédiaire de modèles, des principaux domaines de la macroéconomie, tels que la comptabilité nationale, les déterminants des fluctuations de l'activité macroéconomique, le rôle et l'impact des politiques fiscales et monétaires, l'interaction entre les agrégats macroéconomiques et les marchés financiers, ainsi que les mécanismes expliquant les mouvements des taux de change, l'inflation, le chômage et le PIB potentiel.

Objectif

Après avoir réussi cette unité d'enseignement, vous devriez être à même d'employer des modèles simples mais rigoureux pour déterminer le mécanisme par lequel un choc macroéconomique, qu'il résulte ou non d'une décision de politique économique, se propage dans l'environnement macroéconomique et affecte les différents groupes d'agents.

9203BR – Statistiques

45 heures de contact – 3.0 crédits US

Résumé

Pour gérer une entreprise, nous devons souvent faire face à un grand nombre d'informations chiffrées liées à notre activité. Les bonnes prises de décisions reposent souvent sur l'analyse de ces chiffres. Différents outils statistiques de base, relatifs à la Statistique descriptive et à la Statistique inférentielle sont présentés dans ce cours. Ces outils vous permettront, en tant que futurs cadres, de faire parler les chiffres, de les présenter correctement et de les analyser pour en extraire les informations les plus pertinentes.

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous aurez acquis des compétences statistiques vous permettant d'analyser un ensemble de données. Ceci vous permettra d'évaluer, d'interpréter et de critiquer les résultats obtenus (tables, graphiques, indicateurs, intervalles de confiance, tests, etc.), et de compiler ces éléments dans un travail statistique adapté à des situations concrètes.

9228BR – Pensée computationnelle

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Lors de ce cours, les étudiants développeront leur capacité à décomposer et modéliser des problèmes computationnels ainsi qu'à créer et implémenter des solutions algorithmiques. Le cours consiste principalement en des courts projets de programmation qui offriront aux étudiants la possibilité de développer et d'appliquer leur pensée computationnelle à des problèmes diversifiés et de complexité croissante. De plus, les étudiants seront exposés - grâce à l'utilisation de Python - au formalisme, à la rigueur et à la puissance des langages de programmation.

Objectif

À la fin de ce cours, les étudiants auront développé, de manière accompagnée, leurs compétences en matière de pensée computationnelle, à savoir la décomposition de problèmes, l'abstraction, la logique, la reconnaissance de motifs, et la généralisation. Ils seront également à même d'apprécier la puissance de la modélisation et de l'informatique face à un large éventail de problèmes du monde réel.

Module : Bases de gestion dans le secteur de l'accueil II

10 crédits ECTS

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

9211BC – Conception et qualité de service

30 heures de contact – 2.2 crédits US

Résumé

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

Objectif

Une fois ce cours réussi, vous devriez pouvoir expliquer la conception du service et appliquer les principes aux phases du processus de service.

9214BC – Gestion de l'hébergement

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

9231BR – Gestion de l'information client et des canaux de distribution

30 heures de contact – 2.2 crédits US

Résumé

Construit sur le cours de fondamentaux du marketing, ce cours développe les compétences des étudiants en matière de gestion d'informations pertinentes destinées aux clients, et d'optimisation de l'information et des canaux de distribution pour les hôtels. Gérer l'information pertinente destinée aux clients comprend deux dimensions: l'information pour les clients et l'information au sujet des clients. L'information pour les clients traite des sources d'information, des points de contact en ligne et hors ligne, et du processus de décision d'achat. L'information au sujet des clients traite des tendances et défis en rapport avec le marketing, la gestion de la relation client (CRM), les programmes de fidélité, la personnalisation et la confidentialité. L'optimisation des canaux de distribution pour les hôtels traite des différents canaux de distribution dans l'hôtellerie, impliquant les canaux en ligne et hors ligne, les coûts et bénéfices des canaux de distribution, les acteurs principaux, les tendances et les défis de l'optimisation de la distribution.

Objectif

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

Module : Communication et culture II

5 crédits ECTS

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

9230BM – Rédaction académique et communication d'affaires

30 heures de contact – 2.0 crédits US

Résumé

L'objectif de ce cours est d'acquérir les techniques nécessaires à la production de documents écrits et de présentations orales, dont la forme et le contenu soient adéquats et cohérents. L'accent est mis en outre sur le développement du sens critique - aussi bien lors de la lecture de documents que pendant leur production - et sur l'aptitude à argumenter et à convaincre, aussi bien dans le domaine académique que dans la communication d'affaires. Les étudiant-e-s rédigent un texte académique s'appuyant sur de nombreuses sources, dont les références sont citées dans un format standard, de façon à développer leur aptitude à la recherche critique.

Objectif

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

9222-1BM – Espagnol débutant (A1.2) / Spanish beginner (A1.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will equip students with standard linguistic competences for practical professional life in the hospitality world. Furthermore, they will be able to express themselves in short and easily formulated Spanish conversations and interact in simple personal and professional situations.

Objectif

Upon successful completion of this Spanish course, you should be able to interact in a simple way in a personal and professional context. By the end of this course, students should have acquired and consolidated most of the competencies in Spanish corresponding at least to the A1 level of the Common European Framework of References for Languages.

9222-2BM – Espagnol débutant (A2.2) / Spanish beginner (A2.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This Spanish course will build on the basic competences already acquired by the student in order to enable a certain confidence in communication in a personal and basic professional context. Students will exchange clear direct information concerning standard tasks in a familiar and professional environment. They will be able to understand short advertisements and write simple, clear texts on personal and professional subjects.

Objectif

Upon successful completion of this course, students should be able to participate extemporaneously in conversations about familiar subjects, using frequently used expressions, understanding the essential information of short written texts and handling basic written documents. By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in Spanish corresponding at least to the A2 level of the Common European Framework of References for Languages.

9222-3IM – Espagnol intermédiaire (B1.2) / Spanish intermediate (B1.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This Spanish course will give students the competencies to handle many linguistic situations occurring in work and leisure time. Students will be able to confront unusual situations in familiar contexts, make themselves understood in an interview and take certain initiatives.

Objectif

Upon successful completion of this unit, students should be able to communicate effectively in many typical everyday personal and professional situations. They should have acquired part of the competencies in Spanish corresponding at least to the B1 level of the Common European Framework of References for Languages.

9222-4IM – Espagnol intermédiaire (B2.2) / Spanish intermediate (B2.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will extend and enrich students' vocabulary and grammatical structures in Spanish through listening, talking, watching and reading. The student will be exposed to and will use extensive vocabulary, which includes specialized terms in the hospitality industry, current news, information in brochures, menus, advertisements, surveys, cover letters, instructions and schedules, and will produce practical and useful professional documents, such as emails.

Objectif

On successful completion of this unit, you will have acquired specific Spanish language skills that allow you to communicate in complex situations within the hospitality industry and understand professional documents. By the end of this course, students should have acquired and consolidated most of the competencies in Spanish corresponding at least to the B2 level.

9223-1BM – Allemand débutant (A1.2) / German beginner (A1.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired and consolidated most of the competencies in German corresponding at least to the A1 of the Common European Framework of References for Languages. This course will equip students with basic linguistic competencies for everyday situations and for practical professional life in the hospitality world. Students will be able to express themselves in short conversations and use simple and standard written expressions.

Objectif

Upon successful completion of this German course, students will be able to communicate and participate in simple conversations, if the interlocutor speaks slowly and clearly and is willing to help. Students will also be able to write and understand short, well-structured written texts using simple expressions.

9223-2BM – Allemand débutant (A2.2) / German beginner (A2.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired and consolidated most of the competencies in German corresponding at least to the A2 level. This German course builds on the basic linguistic oral and written competences already acquired by the student to communicate in a personal and professional context. It increases the students' confidence in communication and understanding of instructions in a personal and professional context in familiar and regularly encountered situations.

Objectif

On successful completion of this German Beginner course, you should be able to participate in simple conversations about familiar and professional subjects; understand instructions about classes and assignments; understand factual articles in newspapers, routine letters and information within a known area such as hospitality.

9223-3IM – Allemand intermédiaire (B1.2) / German intermediate (B1.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired and consolidated most of the competencies in German corresponding at least to the B1 level. This German course will give students the competencies to handle many linguistic situations occurring in work and leisure time. Students will confront unusual situations in familiar contexts, make themselves understood in an interview and take the initiative.

Objectif

Upon successful completion of this German course, you should be able to communicate effectively in many personal and professional situations.

9223-4IM – Allemand intermédiaire (B2.2) / German intermediate (B2.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired and consolidated most of the competencies in German corresponding at least to the B2 level. This course will extend and enrich students' vocabulary and grammatical structures through listening, talking, watching and reading. The student will use extensive and lively vocabulary, which includes specialized terms in the hospitality industry, in advertisements, in surveys, in instructions and schedules, and will accurately produce practical and useful professional documents, such as emails.

Objectif

On successful completion of this German course, you should be able to communicate with a considerably high degree of fluency and accuracy on complex matters in the field of your interests.

9224-1BM – Mandarin débutant (A1.2) / Mandarin beginner (A1.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

A follow-up to the BOSC 1 Mandarin unit, this course will allow students to further develop the competences previously acquired in the four areas of sociolinguistic skills (speaking, reading, writing, listening). Students will move from basic conversational topics and contexts to more advanced social and professional situations.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to communicate with a more developed repertoire of Mandarin vocabulary, grammar, and syntax. They should have acquired and consolidated most of the competencies in Mandarin corresponding to the A1 level of the Common European Framework of References for Languages (HSK Level 1 according to HanBan).

9226-1BM – Russe débutant (A1.2) / Russian beginner (A1.2)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This unit builds on previous knowledge and competences acquired during the first part of this course. By the end of this course students should have acquired most of the competencies in Russian corresponding to the Elementary level of TORFL (Test of Russian as a foreign Language), equivalent to level A1 of the CEFR (Common European Framework of References for Languages). Students should be able to meet their elementary communicative needs in more everyday situations. They will continue using the Russian (Cyrillic) alphabet. This unit will teach them how to order in a restaurant, book a room in a hotel or speak about their interests and hobbies. Therefore, it will contribute to their training for working in the hospitality industry. Finally, students will be able to get a glimpse of Russian culture, food and customs.

Objectif

On successful completion of this unit, you should be able to communicate and interact in Russian in even more everyday situations than the first part of this course.

COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 2

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 3										
MODULE ¹⁶	ANALYSE DE LA GESTION D'ENTREPRISE 15 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS ¹⁷		
9301IC	Revenue Management	I	C	124h	45h	3.0	4.5	L	P	S
9302IC	Comptabilité de gestion	I	C	97h	30h	2.3	3.5	L	P	S
9313IR	Management des opérations de service	I	R	97h	30h	2.3	3.5	L	P	S
9333IR	Economie du secteur de l'accueil	I	R	97h	30h	2.3	3.5	L	P	S
MODULE	GESTION APPLIQUÉE AU SECTEUR DE L'ACCUEIL 9 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS		
9310IC	Systèmes de gestion des talents	I	C	97h	30h	2.3	3.5	L	P	S
9312IC	Marketing international des services	I	C	97h	30h	2.3	3.5	L	P	S
9334IR	Gestion de la responsabilité sociétale de l'entreprise	I	R	55h	15h	1.3	2.0	L	P	S
MODULE	COMMUNICATION & CULTURE III ¹⁸ 6 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS		
9332IR	Défis juridiques du manager de l'accueil	I	R	110h	45h	2.7	4.0	L	P	S
	Langue choix d'une des langues ci-dessous:		M	55h	30h					
9321-1BM	French beginner (A1.1)	B						L	P	S
9321-2BM	French beginner (A2.1)	B						L	P	S
9321-3IM	French intermediate (B1.1)	I						L	P	S
9321-4IM	French intermediate (B2.1)	I						L	P	S
9321-5AM	French advanced (C1.1)	A						L	P	S
9322-1BM	Espagnol débutant (A1.1)	B						L	P	
9322-2BM	Espagnol débutant (A2.1)	B						L	P	
9322-3IM	Espagnol intermédiaire (B1.1)	I						L	P	
9322-4IM	Espagnol intermédiaire (B2.1)	I						L	P	
9322-5AM	Espagnol avancé (C1.1)	A						L	P	
9323-1BM	Allemand débutant (A1.1)	B						L		
9323-2BM	Allemand débutant (A2.1)	B						L		
9323-3IM	Allemand intermédiaire (B1.1)	I						L		
9323-4IM	Allemand intermédiaire (B2.1)	I						L		
9323-5AM	Allemand avancé (C1.1)	A						L		
9324-1BM	Mandarin débutant (A1.1)	B						L		S
9324-2BM	Mandarin débutant (A2.1)	B						L		S
9324-5AM	Business Mandarin (C1.1)	A								S

¹⁶ La définition du module, du niveau et du type de cours est définie dans l'annexe du présent document.

¹⁷ Disponibilité du cours sur chaque campus pour l'année académique 2024/2025 : L = EHL Campus Lausanne, S = EHL Campus Singapore, P = EHL Campus Passugg.

¹⁸ Pendant le module « Communication et Culture III », les étudiants suivent un cours de langue étrangère de leur choix au niveau pertinent. Les langues spécifiques et les niveaux proposés sont à confirmer au début du semestre. Les cours de français sont uniquement proposés aux étudiants de la section anglaise.

9326-1BM	Russe débutant (A1.1)	B		L	
9326-2BM	Russe débutant (A2.1)	B		L	
9328-1BM	Japanese beginner (A1.1)	B			S
9328-2BM	Japanese beginner (A2.1)	B			S

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 4

MODULE ¹⁹	LA GESTION MISE EN PRATIQUE 30 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS ²⁰
9401SC	Stage	S	C		-	20	30	

¹⁹ La définition du module, du niveau et du type de cours est définie dans l'annexe du présent document.

²⁰ Disponibilité du cours sur chaque campus pour l'année académique 2024/2025 : L = EHL Campus Lausanne, S = EHL Campus Singapore, P = EHL Campus Passugg.

SEMESTRE 3 (BOSC3)

Module : Analyse de la gestion d'entreprise

15 crédits ECTS

L'étudiant devra faire face à la création de la valeur économique grâce à des fonctions de marketing et les ressources humaines dans le contexte de l'industrie de l'hospitalité. L'étudiant devra évaluer les impacts des décisions de marketing et des ressources humaines sur l'évolution future des flux monétaires, en termes de risques et de rentabilité, afin de garantir la pérennité de l'entreprise et la satisfaction des demandes des actionnaires.

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

93011C – Revenue Management

45 heures de contact – 3.0 crédits US

Résumé

La Revenue Management (RM) est vitale pour les entreprises modernes qui cherchent à optimiser leurs revenus, ce qui explique pourquoi de plus en plus d'industries adoptent cette méthode de tarification. Ce cours présente les principes fondamentaux de la RM, y compris les contrôles tactiques, les prévisions et les différentes méthodes de tarification. Les étudiants pourront comprendre la théorie et faire les calculs qui sous-tendent les décisions en matière de gestion des prix et s'exerceront à mettre en pratique les connaissances acquises dans le cadre d'une simulation de la concurrence. À l'issue du cours, les étudiants adopteront une approche innovante pour prendre des décisions en termes de tarification dans les organisations.

Objectif

À l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de modéliser, d'exécuter et de mettre en œuvre une variété de processus de Revenue Management afin d'optimiser les processus de revenus pour différents types d'industries.

93021C – Comptabilité de gestion

30 heures de contact – 2.3 crédits U S

Résumé

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

Objectif

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

93131R – Management des opérations de services

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

La gestion des opérations est un effort continu pour adapter la façon de travailler des entreprises aux différentes pressions venant des clients, actionnaires, employés, fournisseurs ou de l'environnement économique. Une part importante du cours est consacrée aux modèles d'optimisation permettant de répondre aux changements, incluant l'identification de la source réelle des problèmes opérationnels, la

prévision de la demande, la gestion des files d'attente, la cartographie des processus ou la résolution des goulots d'étranglement.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous serez capable de mieux anticiper et résoudre des problèmes opérationnels en s'appuyant sur un dispositif de résolution de problèmes, y compris l'usage de divers outils et méthodes pratiques.

9333IR – Economie du secteur de l'accueil

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Le cours d'Économie du secteur de l'accueil offre des perspectives cruciales sur les dynamiques économiques de l'industrie hôtelière. Ce cours fournit aux étudiants des connaissances clés sur la structure du marché, les stratégies de tarification, et les marchés bifaces, ainsi qu'une vue d'ensemble macroéconomique de l'industrie. Basé sur les principes fondamentaux de la microéconomie et de la macroéconomie, le cours combine des cours théoriques, des études de cas, et des exercices pratiques pour développer les compétences analytiques des étudiants. À la fin du cours, les étudiants seront bien préparés pour prendre des décisions économiques éclairées dans le secteur de l'accueil.

Objectif

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

Module : Gestion appliquée au secteur de l'accueil

9 crédits ECTS

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

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

9310IC – Systèmes de gestion des talents

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Comment recruter les meilleurs talents ? Quelles pratiques de management ont un impact sur la performance des employés au travail ? Comment se manifeste cet impact ? Pourquoi l'humain reste-t-il si clef dans la réussite d'une organisation ? Dans le contexte d'une guerre pour le talent, les leaders d'entreprises du secteur de l'accueil doivent assurer la performance de leurs employés grâce à des systèmes de management intégrés. A travers la mise en application de modèles et de concepts de management variés et dans le cadre de travaux supervisés, vous, étudiants, allez explorer dans un esprit critique des systèmes de management ayant pour but de développer et de fidéliser le talent en entreprise, de manière durable. Une fois cette unité de cours réussie, vous serez capables de gérer les processus relatifs aux analyses de l'emploi, à l'embauche du personnel, incluant attraction, sélection et intégration des employés, à la gestion des conditions et relations de travail, à l'évaluation et aux audits de la performance, au développement de formations et de principes de rétribution et aux modes de rétention du talent.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous serez capables d'expliquer pourquoi et comment des systèmes de management du talent améliorent la performance de différentes entreprises aux niveaux individuel/personnel et organisationnel.

93121C – Marketing international des services

30 heures de contact – 2.3 crédits US

Résumé

Ce cours permettra aux étudiants d'explorer et de comprendre les pratiques du marketing dans un environnement international. Partant d'un solide bagage théorique mais en ancrant l'expérience d'apprentissage dans des événements récents (par exemple le Covid19), ce cours vise à préparer les étudiants à comprendre la pertinence du marketing des services dans le contexte international avec toutes les questions et problématiques qui y sont liées. Du point de vue d'un responsable du marketing international, les étudiants apprendront à connaître la portée et les défis du marketing international, l'impératif de mondialisation, l'environnement du marketing mondial, les caractéristiques des différents modes d'entrée sur de nouveaux marchés, la dynamique du commerce international et les opportunités du marché mondial.

Les sujets étudiés incluront les différences entre la mondialisation et l'internationalisation et leurs défis respectifs, la logique de l'environnement marketing mondial et les forces entrelacées qui y opèrent, les défis du secteur des services dans le processus d'internationalisation, les opportunités d'études de marché internationales, les stratégies d'entrée sur le marché mondial et la distribution, le rôle de l'innovation de produit, l'importance de la culture et des comportements d'achat des consommateurs, l'importance de la communication dans un environnement international et les nouveaux défis de la responsabilité sociale des entreprises et les pratiques de marketing durable sur le marché mondial.

Des études de cas ainsi que des lectures viendront soutenir le processus d'apprentissage en apportant de réelles perspectives appliquées et en stimulant la création d'un esprit de résolution de problèmes. Enfin, des travaux de groupe seront mis en place dans le but de créer la stratégie d'internationalisation d'une société de services afin d'appliquer l'apprentissage à un cas pratique.

Objectif

À l'issue de ce cours, vous serez en mesure de mettre en place un plan stratégique d'internationalisation pour les entreprises de services afin de réussir dans un environnement de marché mondial.

93341R – Gestion de la responsabilité sociétale de l'entreprise

15 heures de contact – 1.3 crédit US

Résumé

La durabilité est devenue omniprésente dans le contexte commercial actuel. Le cours "Gestion de la responsabilité sociétale de l'entreprise" abordera l'évolution du paradigme de la gestion des entreprises, qui vise progressivement à passer du modèle traditionnel de croissance et de maximisation des profits à un modèle plus durable. Si les avantages économiques restent une priorité pour les entreprises, la durabilité des entreprises a pris un rôle de plus en plus important et s'est même étendue à d'autres préoccupations telles que les objectifs sociétaux, la protection de l'environnement, la justice sociale et l'équité. Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises cherchent à répondre non seulement aux attentes croissantes de clients plus soucieux du développement durable, mais aussi à atteindre des objectifs de durabilité au niveau de l'entreprise qui respectent les intérêts de leurs diverses parties prenantes. Par conséquent, le cours vise à fournir aux étudiants une perspective appliquée des pratiques et des défis contemporains en matière de durabilité dans l'industrie hôtelière. En outre, le cours cherche également à développer une solide connaissance des innovations, des nouvelles technologies et des stratégies commerciales que les entreprises hôtelières mettent en œuvre, afin que les étudiants puissent soutenir les efforts de leurs futures entreprises sur une voie plus durable.

Objectif

À l'issue de ce cours, les étudiants auront acquis des compétences de base qui leur permettront de comprendre la complexité du contexte commercial actuel en ce qui concerne sa durabilité, la responsabilité sociale des entreprises, les relations avec les parties prenantes et la responsabilité en tant qu'éléments des efforts de durabilité de l'entreprise.

Module : Communication et culture III

6 crédits ECTS

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

9332IR – Défis juridiques du manager de l'accueil

45 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Presque toutes les décisions prises par un manager de l'industrie de l'accueil ont une dimension juridique et peuvent donc entraîner des arbitrages entre risque et opportunité ou une certaine responsabilité juridique. Dans cette unité, les étudiants seront amenés à prendre conscience des contraintes et opportunités juridiques auxquelles ils seront confrontés au cours de leur carrière dans différents systèmes juridiques, ainsi qu'à explorer les bonnes pratiques dans ce contexte.

Objectif

Une fois cette unité de cours réussie, vous devriez être capable de prendre en compte la dimension juridique dans vos décisions professionnelles dans différents systèmes juridiques afin de préserver, voire même d'augmenter, la valeur de votre entreprise.

9322-1BM – Espagnol débutant (A1.1) / Spanish beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will provide students with basic linguistic competencies for everyday Spanish situations. Furthermore, they will be able to express themselves in short and easily formulated Spanish conversations and interact in simple professional situations.

Objectif

On successful completion of this Spanish course, you should be able to introduce yourself and others and ask and answer questions about personal details such as where you live, people you know and possessions you have as you interact in simple professional situations. By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in Spanish corresponding at least to the A1 level of the Common European Framework of References for Languages.

9322-2BM – Espagnol débutant (A2.1) / Spanish beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This Spanish course will build on basic linguistic competences, both oral and written, already acquired by the student. It will enable students to communicate with confidence in a personal and professional setting.

Objectif

On successful completion of this Spanish course, you should be able to participate with a certain degree of spontaneity in oral conversations about familiar subjects using frequently used expressions. You will exchange clear direct information concerning standard tasks in a familiar and professional environment. You will understand the essential information from short written texts and be able to write and understand basic documents. By the end of this course, students should have acquired and consolidated some of the competencies in Spanish corresponding at least to the A2 level.

9322-3IM – Espagnol intermédiaire (B1.1) / Spanish intermediate (B1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This Spanish course will give students the competencies to handle many linguistic situations occurring in everyday life. Students will be able to express themselves on subjects of personal interest with an acceptable degree of fluency. They will be able to present and defend their points of view on facts, experiences and projects in familiar and professional contexts.

Objectif

On successful completion of this unit, you should be able to communicate effectively in many typical situations in daily personal and professional life. By the end of this course, students should have acquired and consolidated some of the competencies in Spanish corresponding at least to the B1 level.

9322-4IM – Espagnol intermédiaire (B2.1) / Spanish intermediate (B2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will provide students with the oral and written skills to be able to communicate fluently in most personal and professional situations in Spanish. The student will be encouraged to communicate with a good degree of autonomy and will participate in discussions, debates, etc. He / she will work with texts related to the professional field and their interests.

Objectif

On successful completion of this course unit, you should be able to communicate effectively, both orally and in writing, in a variety of everyday work situations. At the end of this course, students should have acquired and consolidated a level of competence in Spanish corresponding to at least level B2 of the Common European Framework of Reference for Languages.

9322-5AM – Espagnol avancé (C1.1) / Spanish advanced (C1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will enable students to communicate in Spanish autonomously both verbally and in writing, using complex structures and a specific language in different areas: social, academic and professional. The student will learn how to defend his point of view spontaneously, convincingly and fluently, both in hospitality and a business context.

Objectif

On successful completion of this course, you should be able to express yourself clearly and correctly when dealing with professional challenges and complex situations. By the end of this course, students should have acquired and consolidated some of the competencies in Spanish corresponding at least to the C1 level.

9323-1BM – Allemand débutant (A1.1) / German beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This German course will equip students with very basic linguistic competencies for everyday situations and for practical professional life in the hospitality world. Students will be able to express themselves in short and easily formulated conversations and follow a simple dialogue. By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the level A1.1 of the Common European Framework of References for Languages in everyday situations.

Objectif

On successful completion of this German course, you should be able to introduce yourself and others, be able to ask and answer questions about personal details such as where you or your interlocutor come from, live or work.

9323-2BM – Allemand débutant (A2.1) / German beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the A2 of the Common European Framework of References for Languages. This German course builds on the basic linguistic competences, both oral and written, already acquired by the student. Situations are standard but students become more capable of operating in familiar circumstances, expressing opinions on abstract/cultural matters in a limited way or offering advice within a known area.

Objectif

On successful completion of this German course, you should be able to participate in basic familiar and professional conversations, to understand the main information given by an interlocutor and to handle basic written documents for recurrent hospitality situations.

9323-3IM – Allemand intermédiaire (B1.1) / German intermediate (B1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the B1 of the Common European Framework of References for Languages. This German course will give students the competencies to handle many linguistic situations occurring in their personal and professional life. Students will be able to express themselves on subjects of personal and professional interest with an acceptable degree of fluency. They will be able to expose and defend their points of view on facts, experiences and projects in familiar contexts.

Objectif

On successful completion of this course unit, you should be able to communicate in many typical day-to-day situations.

9323-4IM – Allemand intermédiaire (B2.1) / German intermediate (B2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the B2 of the Common European Framework of References for Languages. This course will give students the oral and written skills necessary to communicate in most language situations in both personal and professional situations in German. The student will be encouraged to communicate with a high degree of autonomy and will participate in discussions, debates, etc. He or she will work with texts related to the professional field and his / her interests, to increase vocabulary and fluency.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to communicate in German in a coherent manner, both orally and in written situations concerning personal and professional life.

9323-5AM – Allemand avancé (C1.1) / German advanced (C1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

By the end of this course, students should have acquired part of the competencies in German corresponding at least to the C1 of the Common European Framework of References for Languages. This course will enable students to understand a wide range of demanding, longer texts, and recognize implicit meaning. The students will furthermore be able to express ideas fluently and spontaneously without much obvious searching for expressions, use language flexibly and effectively for social, academic and professional purposes. Students will be able to produce clear, well-structured and detailed texts on complex subjects, showing controlled use of organizational patterns, connectors and cohesive devices.

Objectif

On successful completion of this unit, you should be able to communicate with a high degree of fluency and accuracy when discussing complex matters in your field of interest.

9324-1BM – Mandarin débutant (A1.1) / Mandarin beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This introductory course provides students with an overview of basic Mandarin vocabulary and grammar. Focused on conversational topics, student learning will be structured through reading, writing, listening, and speaking exercises so that they can begin to demonstrate their language skills in simple situations and contexts.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to demonstrate the ability to communicate at an elementary level in Mandarin through the four major linguistic skills (listening, reading, writing, speaking). They should have acquired part of the competencies in Mandarin corresponding at least to the A1 level of the Common European Framework of References for Languages (HSK Level 1 according to HanBan).

9324-2BM – Mandarin débutant (A2.1) / Mandarin beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

A follow-up to the BOSC 1 and BOSC2 Mandarin courses, this unit will allow the students to gain a more advanced level of language in the four areas of linguistic skills (speaking, reading, writing, listening).

Objectif

Upon successful completion of this unit, students will be able to communicate in moderately complex situations and contexts using an expanded repertoire of vocabulary, grammar, and syntax. At the end of this course, with additional study outside of the classroom, students should have acquired almost all of the competencies in A1 level corresponding to the CEFR or level 1 corresponding to the HSK; and a certain competency in HSK level 2. On a completely voluntary basis, students can register and take the HSK level 1 test by themselves.

9324-5AM — Business Mandarin (C1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

The Business Communication course is designed to equip students with the essential language and communication skills necessary for conducting business activities in China. Building on a foundation of Western business practices and management, this course enables students to navigate and excel in today's Chinese business environments, taking into account the unique social, economic, and cultural contexts. The course will be conducted in Mandarin, and students will master business communication techniques through various interactive methods. These include case studies, oral presentations, writing exercises, and role-playing scenarios. By engaging in these activities, students will develop practical skills and confidence in their ability to communicate effectively in Chinese business settings.

Objectif

Upon successful completion of this course unit, students will be able to communicate in a business context in Chinese using simple but appropriate and relevant professional language.

9326-1BM – Russe débutant (A1.1) / Russian beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This course will provide students with basic linguistic competences in Russian, suitable for everyday life situations. It should allow students to communicate orally and in writing at the Elementary level of TORFL (Test of Russian as a Foreign Language), equivalent to level A1 of the CEFR (Common European Framework of Reference for languages). Students will learn basic communication skills in a limited

number of everyday situations. They will be introduced to the Russian (Cyrillic) alphabet. This course will teach them how to find directions in a city, deal with hotel reception or find their way in an airport. These lessons will contribute to their training for working in the hospitality industry.

Objectif

On successful completion of this course, you should be able to communicate and interact in Russian in everyday situations.

9326-2BM – Russe débutant (A2.1) / Russian beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This unit builds on previous knowledge and competences acquired during the whole A1 course. By the end of this course students should have acquired part of the competencies in Russian corresponding to the basic level of TORFL (Test of Russian as a foreign Language), equivalent of the level A2 of CEFR (Common European Framework of References for Languages). Students should be able to meet their communication needs in more everyday situations and socio-cultural areas of communication. They will continue using the Russian (Cyrillic) alphabet. This unit will teach them how to read short simple texts from different sources, how to be able to initiate dialogue in simple standard situations (work day, free time, shop, hometown, meeting, weather), how to use grammar to formulate statements about their plans in a limited number of situations. Therefore, it will contribute to their training for working in the hospitality industry. At the same time students will continue learning about Russian culture, customs and traditions.

Objectif

On successful completion of this unit, you should be able to communicate and interact in Russian in more everyday situations, corresponding to the level A2.

9328-1BM —Japanese beginner (A1.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

This introductory course equips students with the ability to read and write Japanese characters and provides students with an overview of basic Japanese vocabulary and grammar. Through structured reading, writing, listening, and speaking exercises, students gain practical communication skills for everyday situations and are trained to demonstrate their language skills in simple situations and contexts.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to demonstrate the ability to communicate at an elementary level in everyday situations through the four major linguistic skills (listening, reading, writing, speaking). They should have acquired some ability to understand and use familiar everyday expressions and very basic phrases. They should be able to introduce themselves and ask and answer some questions about the most common personal information. They should be able to handle some simple interactions with help from the other person. At the end of this course, with additional study outside of the classroom, students should have acquired certain competencies in A1 level corresponding to the CEFR.

9328-2BM —Japanese beginner (A2.1)

30 heures de contact – 1.3 crédits US

Résumé

A follow-up to the BOSC 2 Japanese course, this course will allow students to further develop the competences previously acquired in the four areas of sociolinguistic skills (speaking, reading, writing, listening).

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to communicate in everyday and some professional situations with a more developed repertoire of Japanese vocabulary, grammar, and syntax. They should be very familiar with the most common everyday expressions and somewhat familiar with frequently used expressions related to areas of most immediate relevance (e.g. shopping, local geography, employment). They should be confident in discussing personal details and have some ability to communicate in simple and routine tasks about familiar and routine matters. At the end of this course,

with additional study outside of the classroom, students should have consolidated almost all of the competencies introduced in previous courses, and have acquired certain competencies in A2 level corresponding to the CEFR.

SEMESTRE 4 (BOSC4)

Module : La gestion mise en pratique

30 crédits ECTS

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

9401SC – Stage

24 semaines – 20 crédits US

Résumé

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

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

Objectif

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

COURS PROGRAMME BACHELOR ANNEE 3

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 5									
MODULE ²¹	ANALYSE INTEGRÉE D'ENTREPRISE ²² 15 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS ²³	
9501AC	Finance d'entreprise	A	C	165h	45h	3.7	5.5	L	S
9504AC	Corporate Strategy ²⁴	A	C	165h	45h	3.7	5.5	L	S
9506AR	Research Methodology <u>ou</u>	A	R	120h	30h	2.7	4.0	L	S
9507AR	Project Management	A	R	75h	20h	1.8	2.5	L	
9508AR	Étude de marché	A	R	45h	10h	0.9	1.5	L	
9509AS	Innovation for Sustainable Growth ²⁵	A	S	120h	30h	2.7	4.0		S
MODULE	GESTION INTEGRÉE DU SECTEUR DE L'ACCUEIL 15 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS	
9502AC	Hotel Asset Management	A	C	150h	30h	3.3	5.0	L	
9505AC	Real Estate Finance	A	C	150h	30h	3.3	5.0	L	S
9511AC	Leadership & Organizational Behavior	A	C	150h	30h	3.3	5.0	L	S
9510AS	Data Analytics & Storytelling for Decision-Making ²⁶	A	S	150h	30h	3.3	5.0		S

PROGRAMME BACHELOR SEMESTRE 6									
MODULE	ÉLECTIFS AVANCÉS ²⁷ 12 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	VOLUME TOTAL DE TRAVAIL	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS	
Track²⁸ "Advanced Marketing & Luxury Management"									
9616AS	Hospitality Luxury Brand Management	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L	
9644AS	Guest Experiences in Luxury & Hospitality ²⁹	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L	
9658AS	Advanced Marketing Data Analytics	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L	
9662AS	Digital & AI Marketing	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L	
9664AS	Experience Design ³⁰	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L	
9665AS	Introduction to the Psychology of Luxury	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L	

²¹ La définition du module, du niveau et du type de cours est définie dans l'annexe du présent document.

²² Pendant le module « Analyse intégrée d'entreprise », les étudiants doivent suivre Research Methodology ou Project Management / Etude de marché, selon leur choix de travail de diplôme en semestre 6.

²³ Disponibilité du cours sur chaque campus pour l'année académique 2024/2025 : L = EHL Campus Lausanne, S = EHL Campus Singapore, P = EHL Campus Passugg.

²⁴ Les cours Corporate Strategy, Research Methodology, Project Management, Real Estate Finance et Hotel Asset Management sont dispensés en anglais.

²⁵ Offered on Singapore campus only, as transitory solution until Spring 2025. Students doing a Student Business Project (SBP) for their final diploma work will follow "Innovation for Sustainable Growth" in lieu of Project Management and Market Research.

²⁶ Offered on Singapore campus only, as a transitory solution until Spring 2025, in lieu of the Hotel Asset Management course.

²⁷ Pendant le module « Electifs avancés », les étudiants devront choisir 3 électifs parmi la liste. Tous les électifs sont enseignés en anglais.

²⁸ Les étudiants seront libres de classer leurs préférences au sein d'une même track dans le but de suivre une « specialized track » ou indépendamment des tracks afin de suivre un « multi-disciplinary path ».

²⁹ Course offered only in Fall 2024.

³⁰ Course offered as of Spring 2025.

Track "Entrepreneurial Ventures & Corporate Innovation"								
9607AS	Developing Entrepreneurial Projects	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9623AS	Creating the Future of Food Service	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9659AS	Creating Social Impact through Entrepreneurship	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9667AS	Managing Corporate Innovation & Team Creativity	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9670AS	Prototyping Digital Solutions & Collaborating Effectively with Tech Teams	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9671AS	Sustainability Transitions & Innovation in Business	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
Track "Finance & Real Estate"								
9622AS	Strategic Hotel Investments	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9636AS	Private Equity & Venture Capital	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9650AS	Hotel Real Estate - Planning & Development	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9666AS	Investment Management	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9668AS	Mergers & Acquisitions	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9669AS	Risk Management & Alternative Investments	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
Track "Leadership & Management"								
9618AS	Influence & Leadership: Negotiation & Communication Tools	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9626AS	Crisis/Strategic Communication	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9639AS	Hospitality Technology Strategy	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9663AS	People Analytics: Adding Value through People	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
9672AS	Unleashing Problem-solving Skills through Programming	A	S	120h	30h	2.7	4.0	L
MODULE	TRAVAIL DE DIPLÔME BOSC 18 CRÉDITS ECTS	NIVEAU	TYPE	HEURES DE CONTACT	CRÉDITS US	CRÉDITS ECTS	ENSEIGNEMENT SUR CAMPUS	
9646SC	SBP (Student Business Project) <u>ou</u>	S	C	-	12	18	L	
9647SC	Mémoire de fin d'études	S	C	-	12	18	L	

SEMESTRE 5 (BOSC5)

Module : Analyse intégrée d'entreprise

15 crédits ECTS

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

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

9501AC – Finance d'entreprise

45 heures de contact – 3.7 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

9504AC – Corporate Strategy

45 heures de contact – 3.7 crédits US

Résumé

During the previous two years the student has become familiar with the practical and operational management aspects of the hospitality industry. It is now time for the student to integrate his/her previous learning and work experiences in order to think strategically about the complex environment where s/he will compete. Students will learn to formulate a strategic assessment and define the appropriate strategic actions to implement. To do so, they will learn to analyze a given industry, its markets and to spot changes in the economic backdrop and the hospitality landscape. In addition, they will be able to use analysis tools and the research they have done to evaluate recent strategic decisions made by companies in the sector. Throughout the module, students will be required to apply the theoretical concepts seen in class to case studies involving companies in the hospitality industry. They will also be evaluated on group presentations they prepare and deliver on companies, which will enable them to better comprehend the strategic fundamentals seen in class.

Objectif

In this course students will adopt a comprehensive understanding of the issues and strategic options for strategic decision making. Students will learn the tools and techniques allowing them to understand the strategic position of an organization, assess strategic choices for the future at different levels and make recommendations for decision makers based on their assessment.

9506AR – Research Methodology

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course is essential in the preparation for a thesis project. It introduces the research process as a sequence of measurement, design and analysis and prepares students to make fundamental choices in each of the three domains. The primary goal is to equip students with the basic skills they need to conduct applied empirical research under the guidance of their thesis supervisor. The course content will be taught using a combination of conceptual inputs and applied data analysis workshops.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to formulate your research question, select an appropriate research design, opt for an appropriate measurement strategy, and use the right data analytical strategies for both quantitative and qualitative research approaches.

9507AR – Project Management

20 heures de contact – 1.8 crédits US

Résumé

This course provides a solid grounding in project management. It equips participants with a framework and the tools and techniques necessary for successful project management, directly applicable to the student business projects (SBPs) and beyond. Participants will learn how to apply proven techniques and use the principles over the life of a project, from beginning to end. This will include the initial project definition, planning and estimating, stakeholder management and communication, risk and issue management. This will help participants avoid project pitfalls and maximize the chance of projects' success.

Objectif

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

9508AR – Étude de marché

10 heures de contact – 0.9 crédits US

Résumé

Le cours étude de marché fournira aux étudiants les principales méthodes à appliquer lors d'une étude de marché. L'objectif est d'acquérir les outils d'aide à la décision afin de mener à bien le projet de fin de diplôme Etudiant - entreprise (SBP). L'objectif principal de ce cours est de donner aux étudiants une compréhension de la façon dont les études de marché peuvent les aider à prendre des décisions et comment ils peuvent transformer les résultats de recherche en actions concrètes. Le cours vise également à aider les étudiants à acquérir la capacité d'évaluer et d'interpréter la recherche conçue par des prestataires extérieurs. Pendant le cours, les méthodes de recherche vont être présentées, tels que, les interviews et les focus groups. Les étudiants auront la possibilité de définir un problème d'entreprise, élaborer un plan de recherche, collecter et analyser les données et les présenter les résultats et leurs implications comme un projet de classe.

Objectif

À la fin de ce cours les étudiants auront la capacité de développer un plan de projet ainsi que l'application des principaux outils et techniques des études de marché.

9509AS – Innovation for Sustainable Growth³¹

30 hours of contact – 2.7 US credits

Summary

This course allows students to cultivate a deep understanding of sustainability and innovation, empowering them to develop sustainable businesses using systems thinking, knowledge of green technologies and eco-innovations, circular economy, responsible supply chain management and other

³¹ Offered on Singapore campus only, as transitory solution until Spring 2025. Students doing a Student Business Project (SBP) for their final diploma work will follow "Innovation for Sustainable Growth" in lieu of Project Management and Market Research.

sustainable business models. To achieve sustainable growth, they will delve into sustainable innovation and growth strategies, and work with public policy and regulatory frameworks that promote the UN's Sustainable Development Goals. Students will put this knowledge to practice in real-world scenarios, by participating in design thinking and project management workshops, culminating in a sustainable business proposal to be presented to stakeholders. This will give students confidence in leading innovation projects in future.

Objective

Upon successful completion of this course unit, students will be able to develop and apply sustainable business models and growth strategies to innovate and develop businesses.

Module : Gestion intégrée du secteur de l'accueil

15 crédits ECTS

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

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

9502AC – Hotel Asset Management

30 heures de contact – 3.3 crédits US

Résumé

A crucial role for today's senior hotel professionals is to enhance value for a hotel owner. This is a practical hotel industry course, using real-life experiences and examples to provide an understanding of the key revenue and profit drivers for all of the various operating units in a hotel, as well as how to identify opportunities to create value through investment, acquisition/exit strategies, cost control/productivity, performance review, branding options and operating models. For each session, students need to listen to the pre-recorded documents summarizing the main concepts used in class as well as some reading prior to class. Classes are interactive and use different approaches to reinforce learning. Tutoring sessions will reinforce knowledge and calculation methodologies using calculation examples.

Objectif

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

9505AC – Real Estate Finance

30 heures de contact – 3.3 crédits US

Résumé

This course introduces students to real estate markets and real estate as an asset class. Building on the principles of financial mathematics for real estate, students learn to use the discounted cash flow method (DCF) to estimate the market value of real estate assets, in particular hotels. The course subsequently delves into the impacts of financial leverage on risk and return, while also discussing potential lenders such as banks. These concepts are then applied in the form of leveraged investment analyses before and after taxes, using appropriate leverage ratios for different investor types. An exploration of the advantages and disadvantages of diverse mortgage loan types follows, enabling students to compare and contrast their potential impacts. The course culminates with students mastering the ability to make well-informed real estate financing decisions. They will learn to calculate effective borrowing costs and assess refinancing situations, thereby equipping them with the essential skills to navigate the dynamic landscape of real estate financing.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to estimate the market value of real estate assets, structure optimal transactions using equity and debt financing, as well as make prudent decisions related to mortgage financing.

9511AC – Leadership & Organizational Behavior

30 heures de contact – 3.3 crédits US

Résumé

Ce cours est conçu pour introduire les étudiants aux principaux concepts, modèles, théories et recherches dans le domaine du comportement organisationnel et du leadership. Le comportement organisationnel (OB) est un champ d'étude multidisciplinaire visant à comprendre le rôle et l'impact des individus, des groupes et des structures dans les organisations afin d'améliorer la résilience, l'efficacité et la croissance durable des organisations. L'objectif de ce cours est de passer en revue les principales questions auxquelles les étudiants, en tant que futurs gestionnaires et leaders, seront confrontés, ainsi que les décisions et actions nécessaires pour gérer et diriger avec succès les individus et les équipes, la gestion de l'innovation et du changement, et la structure, les réseaux et la culture organisationnelle.

Objectif

À l'issue de ce cours, les étudiants auront une compréhension plus approfondie des principales théories portant sur les organisations et le leadership et seront à même de les appliquer afin d'évaluer et de résoudre différents problèmes en lien avec le management et le leadership, l'innovation, la gestion du changement, la conception organisationnelle et la culture d'entreprise.

9510AS – Data Analytics & Storytelling for Decision-making³²

30 hours of contact – 3.3 US credits

Summary

This course acquaints students with the fundamentals of data design, gathering, and analytics to provide essential skills needed to make data-driven decisions. In a data-driven world, the ability to collect, transform, analyze, and interpret data is essential for guiding the business to success. Students will work with datasets applying data analytics while learning how to communicate the findings to stakeholders using data visualization and storytelling techniques.

Objective

Upon successful completion of this course unit, students will be able to compare and use different data sources and formats to build, visualize and deliver a compelling narrative to stakeholders, influencing the decision-making process and the strategic direction of the business in the hospitality industry and beyond.

³² Offered on Singapore campus only, as a transitory solution until Spring 2025, in lieu of the Hotel Asset Management course.

SEMESTRE 6 (BOSC6)

Module : Electifs avancés

12 crédits ECTS

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

Chaque étudiant devra classer une vingtaine de cours électifs par ordre de préférence. Chaque étudiant suivra trois cours électifs qui seront alloués selon divers critères, tel que le GPA, les préférences de l'étudiant et les contraintes de planification. Les étudiants seront libres de classer leurs préférences au sein d'une même track dans le but de suivre une « specialized track » ou indépendamment des tracks afin de suivre un « multi-disciplinary path ».

Track “Advanced Marketing & Luxury Management”

9616AS – Hospitality Luxury Brand Management

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course will help students to understand the key rules and characteristics that define luxury and how to recognize and apply these generally and in the context of the hospitality and services industry. They will learn how to make strategic choices when implementing a luxury strategy to create added value and differentiate from premium or fashion brands. They will appreciate and be able to respond to challenges facing luxury brands in view of the social, cultural and economic changes affecting the luxury industry globally, like the democratization and the emergence of new definitions of luxury as well as the changing demographic profiles of luxury consumers and new consumption behaviors. Learning will be based on a mix of lectures, guest lectures, analysis of case studies and articles, class workshops and discussions, as well as the development of luxury concepts in luxury service and hospitality.

Objectif

On completion of this module, students will be able to analyze luxury brand strategies, and contribute to the development and implementation of strategic marketing solutions for luxury brands as well as to apply this learning in the context of the luxury hospitality business.

9644AS – Guest Experiences in Luxury & Hospitality

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Students will acquire a theoretical and practical understanding of how to create brand experiences for a client or guest with a specific focus on luxury and hospitality. They will analyze the key dimensions of creating an experience in the context of the 'experiencescape' that is specific to the brand. This will include delivering service excellence as a reflection of the brand's identity, values and culture. It also covers aspects of communication, creating emotional engagement, as well as the role of the senses and the use of technology. Students will also investigate dimensions of national culture as it affects the individual guest experience and other influences that personalize the experience such as personality traits, social and group influence and the situational context, i.e. the time and place in which the experience takes place. The student's analysis of the guest experience will extend from the creation of an experience in the context of an activity or event, to how to create emotional engagement and brand experiences at key touch points through the guest journey and as a basis for creating brand loyalty.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to conceptualize and deliver a multi-sensorial guest experience for a brand, specifically in the context of luxury and hospitality that incorporates service excellence and emotional engagement, as well as demonstrates cultural and contextual sensitivity, which will help create brand loyalty.

9658AS – Advanced Marketing Data Analytics

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Advanced Marketing Data Analytics explores advanced data analytics techniques and their applications in marketing. Students will learn how to leverage data to make informed marketing decisions, optimize marketing strategies, and drive business growth. Through a combination of theoretical concepts, practical exercises, and real-world case studies, participants will develop the skills and knowledge necessary to excel in the field of marketing analytics, including data mining and machine learning. Software will be used to apply the main algorithms of data analytics such as ACP, Cluster analysis, RFM, Conjoint Analysis, Decision Tree, etc. This course gives students an understanding of how to gain maximum value from data. The main objective is to provide students with an overview of data strategy development using data management systems and analytical tools. The first part will focus on how to develop a Data-Driven Strategy using the whole process: strategic objective, data collection, data processing, data modeling, and pattern development. The second part will focus on how to use predictive analytics and machine learning for data modeling to improve performance and to develop the most relevant marketing decisions.

Objectif

Students will be able to apply advanced marketing analytics techniques and machine learning algorithms for marketing real case applications.

9662AS – Digital & AI Marketing

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This Digital and Artificial Intelligence Marketing course has been designed to introduce students to the multifaceted and ever-changing world of technology-driven marketing, with a strong focus on the increasing role of AI. Students will be familiarized with the Digital Marketing Canva, a tool to define and implement strategies across customer touchpoints and digital ecosystems for real clients. The Digital Marketing Canva is a unique support to identify, orchestrate and manage the complexity of articulated digital marketing strategies. This course represents the link between Bosc1-Bosc3 marketing classes and the concrete application of foundational concepts into a winning digital marketing strategy. The course will provide the theoretical foundations of digital marketing, and will equip students with a practice-based toolbox to master the complexity of the digital marketing landscape. Through case studies, guest speakers and hands-on projects with pedagogical clients, students will use professional and AI tools to learn more about the following topics: consumer and business behavior in the digital world, complex strategic design of digital ecosystems, search engine optimization and marketing, email marketing, social media content strategies, AI-driven content creation, and AI-driven performances analysis.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to navigate the complex landscape of digital and AI marketing in the wider service field and will have a concrete toolbox to support their professional activities in the field. Students will also be able to critically understand the power of Artificial Intelligence in digital marketing and consciously apply it in various aspects of the customer journey.

9664AS – Experience Design

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

Experience design is gaining traction in every business across all sectors and industries; experiences with a strong transformative power are the pivotal way to enter into a meaningful relationship with the customer. This course has been designed to introduce students to the world of experience assessment, design and evaluation. By pulling together existing knowledge from previous marketing courses, in the first weeks students will unpack a complex and live experience discussing the multifaceted elements of it (marketing, psychology, behavioral science, architecture and so on). This experience will then be crystallized with reference to the theoretical models and frameworks. Real clients will then challenge students in designing a new experience for them: the course will offer students all the elements to research-design-implement a new – possibly transformative – experience for the actual client. Invited speakers and customer experience experts from different industries will add value to the course by bringing exceptional cases and recent developments in this young yet rising field.

Objectif

Upon successful completion of this unit, students will be able to demonstrate an in-depth understanding of concepts and theories underpinning experience design and experience management. Students will be able to assess experiences 'as is' as well as design and implement experiences 'to be' to support competitive advantage.

9665AS – Introduction to the Psychology of Luxury

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course focuses on what distinguishes luxury brands, products, and experiences from mainstream and even premium ones. Based on recent scientific findings in consumer psychology and behavior, students will be able to craft experiences, designs, and marketing strategies that create a sense of "luxuriousness". Live experiments and in-class exercises will be used to demonstrate key effects. Through the principles demonstrated in this course, participants will be able to design products, services, brands, communication, and strategies that shape a strong luxury image.

Objectif

Upon successful completion of this unit, students will be able to use key psychological effects to enhance luxuriousness and to create products, services, experiences, designs, brands, communication, and marketing strategies that help shape a strong luxury image for brands (including hospitality brands).

Track “Entrepreneurial Ventures & Corporate Innovation”

9607AS – Developing Entrepreneurial Projects

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

The purpose of this course is to equip students with the necessary tools to create and develop entrepreneurial projects. From the definition of their own business ideas, this course offers students a full journey to craft, improve and test the desirability, viability, and feasibility of their ideas. The course helps also to assess the factors that favor the emergence of business opportunities and prepares students to create their own business and thrive in different roles within the entrepreneurial ecosystem.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to transform their business ideas into forward-thinking business opportunities.

9623AS – Creating the Future of Food Service

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

In this course, you will be able to expand your understanding of food service by shifting your focus from "thinking" to experimenting and, hence, "doing" in the context of creative problem-solving for a real client. That is, we will cover relevant theoretical concepts, but the main focus of the course is on "doing creativity" to create a better world through innovative food service solutions. You will work in groups to explore the customer experience for a real client, and, thereby, you will experience a creative journey with no fixed route. But, don't worry, I will be there coaching you on how to discover new food spaces that may change how we think about our industry and the experience economy at large. This course is for people who have the drive to set the benchmarks for the future. In order to enjoy and really benefit from this course, you must be able to step back from the various concepts taught in textbooks and, instead, engage in an ever-changing process of trying to understand the meaning of these concepts in praxis (i.e., the practical application of a theory). This course provides you with the unique opportunity to start your personal process of becoming a competent practitioner.

Objectif

Upon successful completion of this course students should be able to (1) conceptually discuss the shift from value creation as value-in-exchange (i.e. value is embedded in goods and services) to value-in-use (i.e. value is rooted in the use of goods and services), (2) critically appraise the role of experiences as distinct economic values in the form of personally engaging events that remain memorable for the customers, and (3) apply the notion of networks as a locus of competence and the notion of the 'experience space' as the locus of innovation in a real-life client setting.

9659AS – Creating Social Impact through Entrepreneurship

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

In today's volatile environments, entrepreneurs are not only expected to generate profits but also to drive positive societal and environmental changes. This elective dives deep into the entrepreneurial process by co-creating with learners an innovative business model for a hospitality venture aimed at solving social challenges. At the core of this course are the principles of social entrepreneurship. Students, guided by faculty and leaders from socially focused organizations, will tap into collective intelligence to develop a 'real-life' entrepreneurial project that balances social impact with financial health. This elective is designed to address pressing needs in the industry and enhance the existing curriculum by equipping students with the essential skills to launch a for-profit social venture in the hospitality sector.

Objectif

Upon successful completion of this course, learners will be able to navigate the complexities of socially driven hospitality businesses. They will be able to develop and articulate a for-profit social project, comprehend the intricacies of meeting various stakeholders' diverse expectations, and consider political and economic objectives in their strategic approaches.

9667AS – Managing Corporate Innovation & Team Creativity

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course offers an exploration of business innovation and team creativity through a dynamic, case study-driven approach. It examines the strategic importance of innovation in today's ever-changing business climates, utilizing practical frameworks and insights from industry leaders. The course covers the successes and challenges encountered by major companies as they adapt to shifts in industries such as cosmetics, electronics, software, toys, and fashion. Students will gain a thorough understanding of key concepts including open innovation, the product development cycle, adoption barriers, industry disruption, and business model innovation. The course also delves into the management of creative teams and the design of effective innovation processes. Advanced methodologies such as design thinking, the lead user technique, the lean startup approach, the jobs-to-be-done framework, and real options theory form an integral part of the curriculum, equipping participants with the necessary skills and tools to drive innovation and steer their organizations towards success in a rapidly changing world.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to (1) Demonstrate a deep understanding of the critical role of innovation in the contemporary business landscape; (2) Develop effective innovation strategies that enhance organizational capabilities and create lasting competitive advantages; and (3) Acquire practical skills necessary to drive the development of breakthrough products and services, design and manage effective innovation processes, and effectively lead and inspire creative teams.

9670AS – Prototyping Digital Solutions & Collaborating Effectively with Tech Teams

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

By the end of this course, students will have developed skills that are essential for designing a digital application, focusing on non-technical aspects like creating mockups and writing specifications for full stack developers. It emphasizes delegation skills and translating marketing concepts (customer journey, experience, conversion, etc.) into technical language. Students will be able to understand the implications between the front- (visual layout) and back-end (databases) and write specifications or evaluate offers from developers (cost, technical debt, risk, customization, data sovereignty) that will enable them to transform their prototype into a functional product or service. Students are tasked with creating a prototype (digital workflow). They must also justify their selection of specific plug-ins—such as ERP, CRM, CMS, PSP, and POS—as well as their choices regarding human resources. These justifications will be presented during a pitch. The course plans to include interactions with IT students and professional developers.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to transform their business idea into a digital prototype and identify stakeholder needs in terms of plug-in integration.

9671AS – Sustainability Transitions & Innovation in Business

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course explores the crucial need for major changes—known as “sustainability transitions”—in vital societal and economic sectors like hospitality, consumption, food, mobility, and tourism. These profound changes are necessary to tackle urgent environmental, social, and economic challenges. The course's main goal is to provide students with essential management tools they can use to assess and implement these sustainability transitions in both startups and established companies. By focusing on innovation and entrepreneurship, the course encourages active discussions on practical issues. It guides students to develop an appreciation of various viewpoints and collaborate with stakeholders, with the overarching goal of achieving positive results for a sustainable future.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to leverage sustainable innovations to build new business ventures with a positive impact on society, balancing net positive business management and social responsibility with profits and growth.

Track “Finance & Real Estate”

9622AS – Strategic Hotel Investments

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course is about strategic hotel development and the different roles, objectives, decision criteria, and processes used by hotel owners, hotel management companies, and/or lending institutions. While building on strategic management theory, the course focuses on providing the students with a very practical field approach to understanding the modern international hotel industry's structural implications and contemporary practices. Preliminary lessons will familiarize students with different hotel development stakeholders and their role, objectives, and practices in the hotel development process.

Students will make and evaluate decision-making opportunities related to branding, operations, management, financing, positioning, etc.

The course is centered on a multi-day bespoke role-playing exercise during which the students will buy and sell hotels, finance them, and negotiate hotel management, franchising and/or lease agreement terms in order to "to get the deal done" for their respective stakeholder(s). The course requires students to prepare written memorandums and/or presentations defending their ideas and decisions. This workshop format is a unique experience in hospitality education as it offers students and hotel industry executives the opportunity to interact during an actual strategic hotel development scenario that plays out in real time.

The exercise is not a computer simulation but rather a strategic investment role playing exercise involving human interaction. Students are assigned to teams of approximately five students each, with each team representing a set of distinct stakeholders in the hotel investment and development processes. Each team is provided with some of the information about their organization and substantially less about the game's other stakeholders with whom they will be collaborating and/or competing in order to draft the most profitable and sustainable deal(s). Such information may include real-life memos, operating budgets, market data, and lending structures. Additional research and extensive analysis is required to successfully represent their organization's objectives and evaluate alternative solutions.

Industry executives provide regular challenges and feedback to the students throughout the course. The academic team and industry executives guide the students in providing the organization(s) they represent with a comprehensive solution for the strategic investment decision(s) they face.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to make and evaluate solid strategic hotel investments by better understanding the roles of multiple stakeholders and their decision-making processes and criteria.

9636AS – Private Equity & Venture Capital

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course is aimed at students who would like to deepen their understanding of finance-related topics beyond listed equity markets by learning more about private market investing, with a particular focus on private equity and venture capital. Students wishing to consider a career in private banking and wealth management may seek to broaden their knowledge of a highly topical subject in this sector, as high net worth individuals increase their wealth allocations towards alternative assets, including private investments. The course might also be of particular interest to students who would like to develop their own entrepreneurial venture and may wish to know more about how VC investors assess opportunities and structure deals to finance and support fledgling companies. Given the increasing role played by PE investors in the overall hospitality sector, it may also attract students seeking to embark on a hospitality management career, as they are most likely to interact with this type of company owner in the future.

Objectif

On successful completion of this course, you will be able to analyze and make recommendations about PE and VC investments, either as an investor or on behalf of an investee company.

9650AS – Hotel Real Estate - Planning & Development

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This elective gives you the opportunity to learn about the mechanics of the hotel real estate development process, broken down into ten steps – starting from sourcing an opportunity, through to underwriting, construction and opening a new hotel. Working in teams, we will explore each step in a real live project allowing you to immediately apply your learning, with the help of your team members and lecturer. The topics covered include understanding corporate expansion strategies, site evaluation and selection, market feasibility and research, space planning and costing, concept design and branding, applying business models and preparing projections. Through role-plays, you will negotiate key commercial terms, both owner and operator side and perform a high-level investment

analysis to determine the viability of the project. You will benefit from real life examples by the lecturer who is working in HPD and the guest lecturer, an industry expert who will share their experience and provide a hands-on understanding of the development process.

Objectif

On successful completion of this course you will be able to comprehend the hotel development landscape in terms of brands, business models and market expansion strategies. You will also be able to explain the development process and appreciate the importance of the underlying hotel development planning process, including space planning, costing and underwriting/feasibility.

9666AS – Investment Management

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

The objective of this course is to analyze the portfolio construction techniques, asset allocation processes, and investment strategies used by various financial institutions to manage the assets of private and institutional clients. Students will begin by examining the impact of different asset combinations on portfolios. They will then examine how to decompose the risk of an existing portfolio to determine if it is coherent with their risk budget. They will then review asset pricing models, and use factor models to generate forecasts.

Objectif

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

9668AS – Mergers & Acquisitions

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

This course aims to give students a well-rounded understanding of mergers and acquisitions (M&A). Through hospitality case studies and real-world applications, students will study the strategic, accounting, financial, and governance rationales associated with M&A transactions, use valuation methodologies, and learn about deal structures and due diligence. Students will also acquire technical skills in the accounting aspects of transactions involving affiliated business entities and preparing consolidated financial statements. Finally, students will cultivate a crucial comprehension of key governance matters in M&A encompassing antitrust compliance, bidding strategies, disclosure requirements, takeovers, takeover defenses, and integration planning.

Objectif

Upon successful completion of this course unit, students will be able to develop a framework with which they can execute M&A transactions, apply valuation methodologies, perform accounting consolidation, and identify and deal with key issues surrounding M&A transactions in the hospitality industry.

9669AS – Risk Management & Alternative Investments

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

By the end of this course, students will have developed a comprehensive understanding of risk assessment. They will acquire proficiency in using derivatives for effective risk management strategies. Additionally, students will grasp the impact of illiquidity on alternative investments, discerning the illiquidity risk premium and its role in portfolio management. Furthermore, they will learn to value collectibles and speculative assets, considering their unique characteristics and implications for portfolio diversification.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will have developed the skills needed to analyze, manage, and incorporate various forms of risk and alternative assets into investment portfolios.

Track “Leadership & Management”

9618AS – Influence & Leadership: Negotiation & Communication Tools

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

9626AS – Crisis/Strategic Communication

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

In a world wrought with negative comments and online reviews, a company's reputation is only as good as its communication. Companies like Enron and Volkswagen both endured a crisis, but one went bankrupt while the other is thriving. What made the difference in these cases? Communication. Just recently, Tesla's reputation has suffered from reports of mass firings and racial discrimination. No company is immune to crisis, but it is the manner in which they react to it that will make a difference. In the workplace, our students (and future managers) will be faced with crises, both natural and human-made, and they will need to have the skills to deal with them. This course is designed to help students learn how to best communicate in a time of crisis and strategically keep their reputation intact. In groups, students will be presented with a crisis which they have to manage over five weeks, resulting in a comprehensive and thorough communication plan. This plan will detail all of the oral and written communication channels in a logical order which are necessary when a crisis erupts.

Objectif

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

9639AS – Hospitality Technology Strategy

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

The speed at which technologies change is something the hospitality industry has had a hard time adapting too. Hotels have seen new technologies as a major cost without thought on the overall benefit of adopting a new technology. Also technology adoption has been done in departmental silos which has brought system interfacing issues in the industry and has not allowed hotels to take “Data Driven Decisions”. New norms such as cloud computing and open API's, Artificial intelligence, voice recognition and 5G bring new opportunities to hotels to function in an efficient way and provide technology for employees as well as guests looking for a seamless technology experience in a hotel. For a hotel to have the correct technology strategy, technology infrastructure is a foundation needed before applying the correct technology tools needed for successful hotel operations. Context needs to be given for individual properties as well as chained operations and the more complex international aspect of applying similar technologies across multiple geographies. Also a successful “Guest facing” technology strategy must be applied. Customer habits change fast and their technology desires must be taken into account when building a successful technology strategy. This course will give students the understanding of technology systems and tools that exist that can be implemented to improve hotel operations, reduce costs as well the technologies expected from the modern guest.

Objectif

Upon successful completion of this course, you will be able to: 1. Develop a broad knowledge of the technologies used in modern hotel operations, 2. Develop and futureproof a guest facial technology strategy, 3. Create appropriate business cases for technology adoption to different industry stakeholders (owners, operators, and management companies), 4. Evaluate the impact of different technology adoptions into a business.

9663AS – People Analytics: Adding Value through People

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

In today's rapidly evolving business landscape, organizations are increasingly recognizing the critical role of their workforce in achieving strategic objectives. People analytics provides a strategic edge by enabling businesses to make evidence-based decisions regarding talent acquisition, retention, performance management, and organizational development. The course emphasizes the role of people skills in organizations (e.g. emotional intelligence, networking, employee recognition). Students will learn how to assess these skills, develop them, and how to demonstrate their positive impact in organizations. The course includes lectures, discussions, hands-on exercises, student presentations, and guest speakers. Students will be actively involved throughout the course in finding information, interpreting data, and making data-driven recommendations for organizations. The final project will involve designing and delivering a people skills training program.

Objectif

Upon successful completion of this course, students will be able to make data-driven decisions concerning people management.

9672AS – Unleashing Problem-solving Skills through Programming

30 heures de contact – 2.7 crédits US

Résumé

In today's fast-paced world, where technology is at the heart of everything we do, being able to solve complex problems efficiently is crucial. This course will train you in creative problem-solving by covering programming fundamentals like Object Model Programming, Variables and Data Types, Procedures and Iterations, and Debugging. This course is geared toward future data, finance and market research analysts, accountants, Big Data analytics architects, or anyone interested in problem-solving and programming, as the knowledge acquired during the course is transferable to many other activities. We will be tapping into the powerful programming, automation, and customization capabilities of Visual Basic for Applications (VBA).

Objectif

Upon successful completion of this course, students will have developed problem-solving abilities by applying VBA to real-world scenarios, while learning how to tackle challenges related to data manipulation, optimization and automation.

Module : Travail de diplôme BOSC

18 crédits ECTS

9646SC – SBP (Student Business Project)

9 semaines – 12 crédits US

Résumé

Pendant ce module, les étudiants vont travailler en groupes de six sur un mandat de consulting junior pour des entrepreneurs ou des organisations bien implantées. En fonction de la mission confiée par le client, les étudiants seront responsables de définir le cadre du projet, son planning, ainsi que son exécution sous l'égide d'experts et de professeurs. Des projets types peuvent, par exemple, inclure le développement des concepts, d'une stratégie marketing et financière ainsi que la création d'événements.

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

Objectif

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

9647SC – Mémoire de fin d'études

9 semaines – 12 crédits US

Résumé

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

Objectif

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

DEFINITION D'UN MODULE

Selon les exigences de la Déclaration de Bologne qui s'appliquent à toutes les universités européennes, un programme d'études doit être structuré sous forme de modules. Un module comprend un ou plusieurs objectifs d'apprentissage.

L'EHL offre deux types de modules: les modules intégrés et les modules non-intégrés. Les modules non intégrés réunissent un ensemble de cours entièrement indépendants. Les modules intégrés comprennent un ensemble de cours qui traitent tous de la même question centrale.

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