Liste des tableaux

QUESTIONNAIRE ÉTUDIANT

Tableau 1 : Nombre d'étudiants et de questionnaires à analyser …….…….68
Tableau 2 : Voyage en France……..……. 69
Tableau 3 : Raisons du séjour……...……..70
Tableau 4 : L'utilisation de la langue française……..71
Tableau 5 : Les personnes avec lesquelles, ils parlent français ……..…… 72
Tableau 6 : films regardés et émissions de radio écoutées……73
Tableau 7 : compréhension des émissions en français……..…… 74
Tableau 8 : Fréquence d'utilisation du français…….…… 75
Tableau 9 : Étude de la langue Française…….……..76
Tableau 10 : Nombre d'années d'études…….……77
Tableau 11 : Type d'établissement …….……78
Tableau 12 : Compréhension orale…….……..79
Tableau 13 : Expression orale……..80
Tableau 14 : Compréhension écrite……...…… 81
Tableau 15 : Expression écrite……82
Tableau 16 : Orientation scolaire……83
Tableau 17 : Raisons de l'apprentissage du français……..…… 84
Tableau 18 : Compétences langagières……..…… 86
Tableau 19 : Difficultés rencontrées au niveau de l'expression orale……. 87
Tableau 20 : Utilisation de documents authentiques……88
Tableau 21 : Orientation du cours de français vers les compétences de communication en milieu professionnel……... 89
Tableau 22 : Méthode utilisée par l'enseignant pour développer la compétence orale……. 90
Tableau 23 : Supports d'enseignement utilisés…….……91
Tableau 24 : Activités proposées……..92
Tableau 25 : Interaction enseignant-apprenant…… 93
Tableau 26 : Variation des techniques d'enseignement……94
Tableau 27 : Techniques d'expression orale……...….95
Tableau 28 : Utilisation de moyens audio-visuels……...….96
Tableau 29 : Moyens audio-visuels utilisés…….…..……..97

QUESTIONNAIRE ENSEIGNANTS

Tableau 1 : Nombre d'enseignants et de questionnaires à analyser……. 98
Tableau 2 : Diplômes obtenus……98
Tableau 3 : Nombre d'années dans l'enseignement…….. 98
Tableau 4 : Formation spécialisée des enseignants de français……..…….. 99
Tableau 5 : Volume horaire……99
Tableau 6 : Négociation des choix fondamentaux……100

Tableau 7 : Méthodologie appliquée…… 100
Tableau 8 : Recours au travail de groupe…… 101
Tableau 9 : Objectif du recours au travail de groupe…… 101
Tableau 10 : Difficulté de contrôle…… 101
Tableau 11 : Communication ou correction linguistique ? …… 102
Tableau 12 : Utilisation des méthodes…… 102
Tableau 13 : Type de cours dispensés…… 102
Tableau 14 : Travail de collaboration…… 103
Tableau 15 : Importance accordée aux activités…… 104
Tableau 16 : Utilisation de moyens audio-visuels…… 104
Tableau 17 : Techniques d'expression orale…… 105

QUESTIONNAIRE ENTREPRISE

Tableau 1 : Nombre de questionnaires remis et collectés…… 106
Tableau 2 : L'importance de la langue dans le recrutement…… 107
Tableau 3 : La langue comme facteur de promotion…… 108
Tableau 4 : Le choix en matière de langue …… 109
Tableau 5 : La langue choisie…… 110
Tableau 6 : Le statut de la langue française…… 111
Tableau 7 : Contacts avec les partenaires francophones…… 112
Tableau 8 : Les principales tâches effectuées. …… 112
Tableau 9 : Les besoins en communication professionnelle…… 113
Tableau 10 : Ancrage dans les réalités socio-économiques. …… 114
Tableau 11 : Satisfaction des dirigeants…… 115
Tableau 12 : Difficultés dans la pratique de la langue…… 116
Tableau 13 : Les attentes de l'entreprise…… 117
Tableau 14 : La langue comme outil de promotion des produits…… 118

Liste des graphes

QUESTIONNAIRE ÉTUDIANT

Graphe 1 : Voyage en France…… 69
Graphe 2 : Raisons de la visite en France…… 70
Graphe 3 : L'utilisation de la langue française…… 71
Graphe 4 : Les personnes avec lesquelles, ils parlent français …… 72
Graphe 5 : Films regardés et émissions de radios écoutées…… 73
Graphe 6 : Compréhension des émissions en français…… 74
Graphe 7 : Fréquence d'utilisation du français…… 75
Graphe 8 : Étude de la langue Française…… 76
Graphe 9 : Nombre d'années d'études…… 77
Graphe 10: Compréhension orale …… 79
Graphe 11: Expression orale…… 80
Graphe 12: Compréhension écrite…… 81
Graphe 13: Expression écrite…… 82
Graphe 14: Orientation scolaire…… 83
Graphe 15: Raisons de l'apprentissage du français …… 84
Graphe 16: Compétences langagières…… 86
Graphe 17: Difficultés rencontrées au niveau de l'expression orale…… 87
Graphe 18: Utilisation de documents authentiques…… 88
Graphe 19: Orientation du cours de français vers les compétences de communication en milieu professionnel…… 89
Graphe 20: Méthode utilisée par l'enseignant pour développer la compétence orale…… 90
Graphe 21: Supports d'enseignement utilisés …… 91
Graphe 22: Activités proposées…… 92
Graphe 23: Interaction enseignant-apprenant …… 93
Graphe 24: Variation des techniques d'enseignement …… 94
Graphe 25: Techniques d'expression orale…… 95
Graphe 26: Utilisation de moyens audio-visuels…… 96
Graphe 27: Moyens audio-visuels utilisés…… 97

QUESTIONNAIRE ENTREPRISE

Graphe 1 : L'importance de la langue dans le recrutement …… 107
Graphe 2 : La langue comme facteur de promotion…… 108
Graphe 3 : Le choix en matière de langue…… 109
Graphe 4 : La langue choisie …… 110
Graphe 5 : Statut de la langue française…… 111
Graphe 6 : Les principales tâches effectuées …… 112
Graphe 7 : Les besoins en communication professionnelle…… 113

Graphe 8 : Ancrage dans les réalités socio-économiques…… 114
Graphe 9 : Satisfaction des dirigeants…… 115
Graphe 10: Difficultés dans la pratique de langue …….…… 116
Graphe 11: Les attentes de l'entreprise …… 117
Graphe 12 : La langue comme outil de promotion des produits…… 118

Liste des abréviations

FLE : Le Français Langue Étrangère

CCIP : Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris

CAVILAM : Centre d'Approches Vivantes des Langues et des Médias

SGAV : Structuro-Globale Audio-Visuelle

CREDIF : Centre de Recherche et d'Études pour la Diffusion du Français

FOS : Français sur Objectif (s) Spécifique(s)

FF : Français Fonctionnel

FI : Français Instrumental

LSP : Langues de Spécialités

A.A. : Activités axées sur l'acquisition de l'aisance

L.E. : Langue Étrangère

L.M. : Langue Maternelle

EPB : Entreprise Portuaire de Béjaia.

CD : Disque Compact

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION……..… 12

Première partie

Réflexions théoriques

Chapitre 1 *Français sur objectif(s) spécifique(s)*

I. ÉVOLUTION DE L'ENSEIGNEMENT-APPRENTISSAGE DE L'ORAL EN FRANÇAIS DE L'ÉCONOMIE …… 18

1. Le cours de français de l'économie…… 18

2. Les étapes de l'évolution de l'enseignement de l'oral en français de l'économie et des finances…… 19

2.1 Les années soixante et l'influence de la méthodologie audio-orale…… 20

2.2 Les années soixante-dix et l'influence de la méthodologie SGAV…… 22

2.3. Les années quatre-vingt et la révélation de l'approche communicative …….. 24

II. ÉMERGENCE DU FRANÇAIS SUR OBJECTIFS SPÉCIFIQUES…… 25

1. Le Français fonctionnel(FF)……. 26

2. Le français instrumental (FI)…… 28

3. Les langues de spécialités (LSP)…… 29

III. MÉTHODOLOGIE POUR ÉLABORER UN PROGRAMME DE FRANÇAIS SUR OBJECTIF(S) SPÉCIFIQUE(S) ……...…… 29

1. Description de la démarche FOS …….. 30

1.1La demande/offre de formation…… 30

1.2 L'analyse des besoins…… 31

1.3 La collecte des données langagières …… 32

1.4 L'analyse des données et l'élaboration pédagogique …… 33

1.5 L'élaboration pédagogique …… 33

IV. L'ENSEIGNANT DE FRANÇAIS SUR OBJECTIFS SPÉCIFIQUES …… 35

- Savoirs et savoir-faire exigés chez l'enseignant de FOS…….. 35

CONCLUSION…… 37

I. CHOIX MÉTHODOLOGIQUES EN VUE DE L'ACQUISITION PAR LES APPRENANTS D'UNE HABILITÉ LANGAGIÈRE : L'EXPRESSION ORALE 39
1. Le travail de groupe 39
1.1 Les avantages du travail de groupe 40
2. Exercices de créativité et de simulation 41
2.1Les activités de jeux de rôles 41
2.2 Les simulations globales..... 43
2.2.1 Naissance de la simulation globale..... 43
2.2.2 Définition de la simulation globale..... 44
2.2.3 Canevas d'invention de simulations globales sur objectifs spécifiques : L'entreprise 45
3. Les activités axées sur l'acquisition de l'aisance 49
3.1 Les facteurs conditionnant l'aisance 50
3.2 Rôle du professeur pendant les activités axées sur l'acquisition de l'aisance 51
4. Les documents authentiques 52
5. L'utilisation des technologies 53
5.1 L'image projetée 53
5.2 Les supports audio et le laboratoire de langue..... 54
5.2.1 Le magnétophone..... 54
5.2.2 Le laboratoire de langue..... 54
5.2.3 La vidéo..... 54

II. LA DIMENSION INTERCULTURELLE DANS L'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS SUR OBJECTIF(S) SPÉCIFIQUE(S) 55
1. L'importance du culturel dans le milieu professionnel 55
2. Enseignement de la culture 57
3. Les composantes clés d'une culture 58
CONCLUSION 61

Rapport-Gratuit.com

deuxième partie

Investigation

Chapitre 3 — *Analyse des besoins*

INTRODUCTION…… 63

I. PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON D'ANALYSE…… 64

II. DESCRIPTION DES QUESTIONNAIRES…… 65

1. Questionnaire étudiant…… 65
2. Questionnaire enseignant…… 66
3. Questionnaire entreprise…… 67

III. ANALYSE DES QUESTIONNAIRES…… 68

1.Analyse du questionnaire étudiant…… 68
2. Analyse du questionnaire enseignant…… 98
3. Analyse du questionnaire entreprise…… 106

IV. RÉSULTATS DE L'OBSERVATION …… 120

1. L'observation de classe…… 120
2. L'observation de postes de travail dans l'E.P.B…… 120

V. RÉSULTATS DE L'ANALYSE ET VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES DE SENS…… 122

Chapitre 4 — Élaboration pédagogique

I. OBJECTIFS…… 125

II. LES PRINCIPES D'APPLICATION DES ACTIVITÉS PROPOSÉES…… 127

III. PLAN DE FORMATION…… 128

IV. ACTIVITÉS…… 129

CONCLUSION…… 148

BIBLIOGRAPHIE …… 153

ANNEXES

Introduction

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

INTRODUCTION

Le développement vertigineux de l'internationalisation dans tous les domaines a fait que désormais, les besoins sont clairement ressentis partout de maîtriser plusieurs langues étrangères, non pour communiquer en général comme un touriste, mais pour échanger techniquement et professionnellement, se tenir informé, s'adapter aux contextes multiples au sein desquels toutes les activités se trouvent désormais immergées. Selon Richeterich, « *Nul aujourd'hui ne vise une capacité globale à communiquer en langue étrangère. Les apprenants souhaitent désormais viser des objectifs déterminés, et la nouvelle valeur décisive de l'enseignement-apprentissage est l'utilité »*[1].

Le français sur objectif(s) spécifique(s) (FOS) est né d'un souci d'adapter l'enseignement du français langue étrangère (FLE) à des publics adultes souhaitant acquérir ou perfectionner des compétences en français pour une activité professionnelle ou des études supérieures. Le FOS s'inscrit dans une démarche fonctionnelle d'enseignement et d'apprentissage : l'objectif de la formation linguistique est l'accès à des savoir-faire langagiers dans des situations de communication professionnelle.

Partons du constat : s'il est un domaine où la notion " d'objectifs spécifiques" prend tout son sens, c'est bien celui de l'entreprise, lieu privilégie de toutes les formes de communications : professionnelle, extra-professionnelle ou purement sociale. Elle convoque toutes les réalités : financières, commerciales, managériales mais aussi sociales, humaines et culturelles.

Les étudiants de la Faculté des Sciences Economiques qui seront appelés à travailler en entreprises à la fin de leur cursus souffrent d'un manque d'ancrage dans les réalités socio-économiques et surtout éprouvent des difficultés sur le plan

[1]René Richeterich, L'identification des besoins des adultes apprenant une langue étrangère, 1977.

de l'expression orale, quand il s'agit de traiter les affaires (négociations, discussions, représentations commerciales, animation (présidence) de réunions …). Un désarroi est ressenti par beaucoup de ces chefs d'entreprises qui s'interrogent sur les raisons de cette défaillance remarquée chez ces nouveaux employés/cadres. Cette situation interroge les méthodes d'enseignement/apprentissage appliquées pendant leur processus de formation.

L'analyse de la formation des étudiants de la faculté de « Droit et des Sciences Economiques, Universités de Béjaia et de Sétif » est un réel moyen d'interroger l'approche générale de l'enseignement du français langue étrangère et une autre voie pour approfondir l'étude sur la possibilité de développer la compétence orale du français de l'économie au sein de la démarche FOS. Dès lors, plusieurs questions nous viennent à l'esprit et nous tenterons d'y répondre à travers notre travail de recherche à savoir :

Comment développer la compétence orale en français de l'économie et des finances ?

Autrement dit **Comment articuler objectifs d'enseignement et les besoins des apprenants en fonction du domaine de spécialité ? Quelles sont les démarches et les techniques à mettre en œuvre ?**

Dans le cadre de ce travail, nous restons sur des hypothèses d'enseignement de bon sens qui restent à vérifier :

- La démarche généraliste du FLE n'est pas adaptée aux besoins des étudiants des sciences économiques
- Dans la plupart des programmes de formation, les activités d'expression orale sont insuffisantes.
- Il y a manque de cohérence entre les objectifs d'enseignement et les besoins des apprenants.
- Il y a un décalage entre la formation dispensée et les attentes des chefs d'entreprises.
- La méthodologie développée en FOS aiderait nos étudiants à acquérir les savoirs-faire langagiers exigés pour développer l'expression orale.

Notre sujet se situe dans le cadre général des recherches actuelles en didactique des langues et des cultures et plus particulièrement dans la perspective du français sur objectifs spécifiques qui est une nouvelle réflexion du courant de pensée, développé sous l'impulsion, en particulier, de chercheurs anglo-saxons connu sous différentes appellations : approche communicative, notionnelle-fonctionnelle, et surtout English for Specific Purposes.

Dans cette approche, les mots-clés ne sont plus code, système, structures linguistiques mais énonciation, discours, actes de parole, compétence de communication. La langue n'apparaît plus seulement comme un savoir que l'apprenant doit acquérir, savoir programmable selon les catégories connues (lexique, phonétique, grammaire) mais comme un savoir-faire qu'il doit maîtriser en situation. Cela implique une pédagogie centrée sur l'apprenant et sur ses besoins langagiers. Ce n'est plus sur une analyse de la matière à enseigner, mais à partir de la détermination des besoins de chaque type d'apprenant et des circonstances dans lesquelles il aura à les satisfaire que peuvent être précisés les objectifs d'apprentissages. Il devient alors possible de préciser les objectifs en termes- d'être capable de- vraiment opératoire.

Nous voudrions traiter ce sujet parce qu'il s'inscrit dans un champ tout à fait nouveau en Algérie et qui mérite d'être étudié. Il va nous permettre d'introduire dans l'enseignement de français de l'économie une nouvelle démarche qui ne peut être que bénéfique. Nous restons persuadée de l'utilité de la démarche FOS pour développer l'expression orale chez nos étudiants du département des sciences économiques, ce qui a une influence certaine sur notre motivation.

Enfin, nous envisageons d'élaborer des activités permettant d'impliquer l'apprenant afin de développer la compétence orale en français de l'économie. Parmi les pistes à exploiter figurent la proposition de canevas de jeux de rôles, de tâches de résolution de problèmes et le recours aux simulations globales à partir de

situations authentiques. Ces types d'activités nous paraissent particulièrement adaptés aux objectifs de notre élaboration pédagogique.

Méthodologie

Afin de cueillir des données utiles par rapport à l'objectif visé, nous pensons qu'une enquête va nous permettre de résoudre le problème posé et de vérifier nos hypothèses.

Dans un premier temps, nous avons élaboré trois questionnaires, remis à la population ciblée, à savoir :

- Un questionnaire pour les enseignants du département des sciences économiques
- Un questionnaire pour les étudiants du même département.
- Un questionnaire pour le personnel (chefs) de l'entreprise portuaire de Béjaia.

Ces questionnaires comportent suffisamment de questions et de sous- questions permettant de saisir les différents aspects du problème. Il y a :

- Des questions ouvertes où le répondant a le libre choix de la formulation de ses réponses (l'utilité de ce type de questions et d'obtenir des données qui pourraient échapper à l'enquêteur et qui pourraient en même temps enrichir le questionnaire).
- Des questions fermées où le choix des réponses est limité et le répondant doit choisir ses réponses à l'intérieur des catégories proposées (nous sommes à la recherche de réponses bien précises, d'où l'utilité de cadrer et orienter les réponses).

Dans un second temps, nous avons analysé les résultats (les données collectées). Les conclusions nous ont permis alors de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de travail.

Plan

Le travail de recherche que nous présentons, s'articule autour de deux parties divisées en quatre chapitres :

- **Une partie théorique :** Nous pensons que cette partie de la recherche est primordiale. Nous avons pensé à présenter des informations et des réflexions faites par les spécialistes du domaine, sur les principes théoriques d'une méthodologie axée sur la communication de spécialité, en vue de répondre à un besoin (qui est l'absence d'une documentation en français traitant surtout du FOS) souvent exprimé par nos étudiants et enseignants. Nous avons consulté des ouvrages de références sur notre thème. L'objectif de cette recherche théorique n'est pas de prendre tout à la lettre tel quel, mais nous avons essayé de produire un discours nouveau à partir de ces lectures. Toutes les sources lues et intégrées dans cette partie sont indiquées dans les références bibliographiques.
- **Une partie pratique**, applications pédagogiques destinées à articuler théorie et pratique et qui offre la possibilité d'établir un va-et-vient entre les références théoriques et la réalité du terrain.

Le premier chapitre s'articule autour d'un état des lieux des connaissances dans le domaine et présente les principes de la méthodologie FOS.

Le deuxième chapitre porte sur les techniques de l'expression orale à développer.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse des données collectées pour mieux cerner les besoins de la population ciblée.

Le quatrième et dernier chapitre est réservé à l'élaboration d'activités pédagogiques permettant de préparer l'apprenant à la communication professionnelle et à la vie de l'entreprise.

Chapitre 1

Français sur objectif(s) spécifique(s)

I. ÉVOLUTION DE L'ENSEIGNEMENT-APPRENTISSAGE DE L'ORAL EN FRANÇAIS DE L'ÉCONOMIE

1. Le cours de français de l'économie

Le cours de français de l'économie est une formation linguistique spécifique relative au domaine de l'économie. Par français de l'économie, terme relativement récent, Jean BINON le définit dans son article qui s' intitule « *Pour un enseignement plus fonctionnel et plus communicatif du français fonctionnel aux étudiants néerlandophones en sciences économiques* »[1] comme étant le français, tel qu'il est parlé, écrit dans le monde de l'entreprise « *à l'intérieur des situations de communication dans le monde de l'entreprise on rencontre, en communication interne ou externe, des interactions de négociation, des rapports et des bilans, des entretiens en face à face ou à distance (…), des réunions diverses*». [2]

D'après les témoignages des enseignants, le français occupait au département des sciences économiques dans la plupart des universités algériennes une place tout à fait marginale, tout comme d'ailleurs les professeurs de langue. Les cours de langue n'étaient pas vraiment pris au sérieux. Le professeur se trouvait confronté à des problèmes, il se voyait donc contraint de tout inventer, et nous partageons le point de vue de Jean BINON lorsqu'il déclare que « *Le caractère récent des recherches en français de spécialité constitue sans doute l'un des facteurs qui explique le manque d'outils scientifiques et de données précises pour fonder son enseignement : ignorance des besoins langagiers exacts des apprenants, d'où absence de programmes, d'objectifs précis, carence d'approches méthodologiques adéquates, manque de critères de sélection précis pour ce qui est des documents à exploiter, manque de dictionnaires spécialisés… »* [3]. Ce que font le plus souvent les professeurs chargés d'enseigner le français de l'économie, c'est improviser, se débrouiller avec les moyens de bord.

---

[1] Jean Binon : « *Pour un enseignement plus fonctionnel et plus communicatif du français fonctionnel aux étudiants néerlandophones en sciences économiques* », 1980, pp. 170-171.
[2] Sophie Moirand : « *Décrire les discours de spécialité* », 1993, p. 17.
[3] *Idem*.

La notion de français de l'économie n'existait pas. C'est l'époque de Mauger et Charon « *Manuel de Français Commercial à l'Usage des Etrangers 1958* » et de Cresson « *Introduction au Français Commercial 1971* » qui emploient le français commercial dans leurs ouvrages.

Très vite cependant, le terme commercial ne suffisait plus à coiffer tout ce qui ressortissait de l'enseignement du français à des publics d'étudiants en sciences économiques ou à des personnes travaillant dans le monde de l'entreprise. En fait, il faudrait parler de français de l'économie. Cette appellation a fini par écarter le terme français commercial. C'est la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP) qui aurait lancé le terme de français de l'économie à la fin des années soixante-dix. Auparavant les didacticiens parlaient d'enseignement fonctionnel aux étudiants en économie.

L'enseignement de français de l'économie traditionnellement réservé au département des sciences économiques en Algérie et même ailleurs a « *récemment gagné ses lettres de noblesses* »[4]. La faculté de langues de l'université de Gênes (Italie) a introduit à l'intérieur de leur cursus le module de français de l'économie, afin d'offrir aux étudiants une préparation plus complète, visant leur introduction dans le monde du travail.

2. Les étapes de l'évolution de l'enseignement de l'oral en français de l'économie et des finances

L'actuelle pédagogie de l'enseignement de l'oral en français de l'économie est l'aboutissement d'une histoire que nous voudrions esquisser, en rappelant les travaux marquants qui ont conduit à placer une habilité au centre du processus de l'apprentissage. Un retour sur ces grandes étapes permettra d'éclairer l'évolution de son enseignement.

[4] Micaela Rossi, *Spécial colloque TICE*, octobre 2003, article n°83.

2. 1 Les années soixante et l'influence de la méthodologie audio-orale

Au début des années 1960, le cours de français de l'économie aux instituts des langues, de l'avis de Serge VERLINDE de l'université de Leuven (Belgique) se limitait à la lecture d'un nombre fort limité de textes. L'enseignant expliquait chaque mot difficile (enrichissement lexical), chaque verbe irrégulier qu'il fallait conjuguer, on insistait sur les règles grammaticales comme le problème de l'accord des adjectifs, etc. Il s'agissait seulement d'un perfectionnement linguistique. Tout était centré sur l'objet, sur le contenu, formulé en termes purement morphosyntaxiques. Comme il s'agissait de cours magistraux qui se donnaient à des groupes très nombreux, il y avait très peu d'interaction. À la fin de l'année, l'enseignant avait tout au plus lu et vu avec ses étudiants une dizaine de textes. C'était donc bel et bien un enseignement a - fonctionnel de français de l'économie. C'est- à -dire un enseignement qui aide et prépare peu l'apprenant à la vie professionnelle.

À l'époque, en France comme à l'étranger, les deux manuels de français pour étudiants en économie les plus répandus étaient le Mauger et Charon (1958) intitulés « *Manuel de Français Commercial à l'Usage des Étrangers* ».
Le manuel élaboré par ces deux professeurs de français langue étrangère (FLE) à l'alliance française de Paris a connu un immense succès. *« L'originalité de l'approche de ces auteurs était de combiner en un seul ouvrage des connaissances référentielles et linguistiques (…) pour la première fois se trouvent associés dans un même ouvrage un traité de commerce pratique composé pour les étrangers et un traité de rédaction commerciale fondé sur l'expérience acquise…»*[5]. Le manuel de Mauger et Charon comprend deux parties. La première, *Présentation de l'économie française,* et constitue une initiation à l'économie de l'Hexagone. La seconde, *Le commerce et la langue commerciale,* aborde toute une série de rubriques, allant des professions commerciales aux assurances et aux impôts en passant par les transports, la banque et la bourse.
Chacune des vingt-quatre leçons que comprend cette deuxième partie contient

[5] Denis Lehmann, *Objectifs spécifiques en langue étrangère*, 1993, p. 41.

différentes rubriques avec des thèmes qui reviennent : « 1. Le détail des faits et opérations qui concernent le commerce 2. Des sujets d'essai 3. Des exercices de syntaxe et de rédaction 4. Des exposés sur les diverses formes de lettres commerciales 5. Des conseils pratiques sur la langue de la correspondance 6. Des sujets de lettres à rédiger 7. Des exercices de révision 8. Des notes sur le sens précis des termes courants ». L'ensemble est illustré de cartes et de documents authentiques divers : factures, lettres de voiture, etc. Le but général de cette méthode est d'arriver à communiquer dans la langue-cible. Les quatre habilités (compréhension orale et écrite, et expression orale et écrite) sont visées, en vue de la communication. Toutefois, priorité est accordée à l'oral. L'écrit ne vient qu'en second lieu.

Même si la priorité est accordée à l'oral, il ne s'agit ni plus ni moins que d'imiter, de manipuler des modèles non situationnels fournis par l'enseignant ou enregistrés sur bande magnétique, en évitant autant que possible l'erreur de prononciation. Les apprenants imitent le modèle de l'enseignant, réagissent à ses directives et doivent répondre avec rapidité à ses questions, de façon automatique sans « réfléchir » au choix de telle ou telle forme linguistique. L'enseignant s'assure avant tout de la bonne prononciation des formes enseignées, il est comme un chef d'orchestre : il dirige, guide et contrôle le comportement linguistique des apprenants. Il y a interaction entre l'enseignant et les apprenants, mais suivant les directives du professeur. Les exercices de conversation ont pour but la réutilisation des structures apprises.

« La méthode audio-orale a très bien fonctionné avec les débutants. Le problème serait qu'elle a été appliquée aux niveaux intermédiaire et avancé sans subir des modifications et les adaptations qui s'imposent » [6]

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

[6] J.P.B. Allen, « A three-level Curriculum Model for Second- Language Education », 1983, p. 27.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Toutefois, de l'avis de la plupart des auteurs, un facteur majeur qui a contribué à diminuer l'enthousiasme des tenants de la méthode audio-orale « *l'absence du transfert, hors de la salle de classe, de ce qui avait été acquis en classe* » [7] et d'après C. Germain l'ouvrage de Wilga Rivers paru en 1964 est très significatif à cet égard.

La méthode audio-orale a suscité de vives critiques, mais elle semble avoir donné des résultats positifs chez les apprenants motivés.

2.2 Les années soixante-dix et l'influence de la méthodologie SGAV

Les années 70 ont été marquées par les deux manuels publiés par Cresson : *Introduction au Français Economique et Introduction au Français Commercial*, l'auteur de ces manuels est professeur de FLE à l'institut français d'ÉCOSSE. Ses livres sont accompagnés de cassettes car les cours proposés sont destinés à être donnés en laboratoire de langue. La priorité est donnée à l'oral. Chaque manuel comprend douze leçons dont les objectifs sont formulés comme suit :

a- Comprendre le français parlé à la radio, au téléphone

b- S'exprimer en français oralement

Les manuels de Cresson font la part belle aux dialogues. Les élèves répètent, parlent mais ne communiquent pas. Le constat dressé au début des années soixante-dix est négatif : il n'existe pas de matériaux adéquats sur le marché.

En 1975, Hachette lance une collection *le Français des Professions*, dirigée par Max Dany, directeur du centre audio-visuel de langues modernes (CAVILAM) de Vichy. L'objectif général visé est l'apprentissage de la communication. Les quatre habilités sont visées, mais il y a priorité de l'enseignement de l'oral sur l'écrit. L'écrit est donc différé jusqu'à ce que les apprenants possèdent une connaissance suffisante de la langue orale.

La langue est vue avant tout comme un moyen d'expression et de communication orale. Il est à noter que le facteur affectif, c'est-à-dire l'expression

[7] *Ibid.*

de sentiments et d'émotions, généralement absents dans les autres méthodes, est pris en compte. Également le non verbal est pris explicitement en considération

« *Nous avons cherché à enseigner dès le début la langue comme un moyen d'expression et de communication faisant appel à toutes les ressources de notre être : Attitudes, gestes, mimiques, intonations et rythmes du dialogue parlé»*[8]

Le premier Tome de la collection, *le Français des Hommes d'Affaires* (1975), connaît un grand succès et est immédiatement suivi de nombreux autres manuels. Cette collection s'adresse à des apprenants de niveau intermédiaire ou avancé et a pour but de développer l'expression orale à travers les situations quotidiennes vécues par l'homme d'affaires, la secrétaire, le banquier. L'ouvrage s'articule autour de six modules thématiques qui comprennent nombre de situations propres à la communication professionnelle. Il constituait une véritable bouffée d'oxygène pour les professeurs lassés par les ouvrages du type Mauger et Cresson. L'approche est déjà largement notionnelle fonctionnelle, l'enseignant pose fréquemment des questions et les exercices oraux sont nombreux. Mais la simple imitation de son ne signifie pas communication.

D'après le témoignage de certains praticiens de la méthode SGAV « *Elle permet d'apprendre, relativement rapidement, à communiquer oralement (en face à face) avec des natifs de L2, mais elle ne permet pas de comprendre facilement les natifs entre eux ou dans les médias* »[9].

La méthode SGAV a accordé une importance à la situation « *elle a le mérite de tenir compte du contexte social d'utilisation d'une langue* »[10].
Les cours audio-visuels ont dominé les pratiques d'enseignement des langues jusqu'au début des années 1980.

En 1976, et précisément en août le CREDIF organise à Aix-en-Provence un stage de réflexion méthodologique d'un mois, on commence enfin à prendre en compte les besoins de communications spécifiques de certains publics.

[8] Préface de, Voix et Images de France, p. 9.
[9] Henri Besse, Méthodes et Pratiques des manuels de Langues, 1985, p. 45.
[10] H. - H. Stern, Fundamental Concepts of Language Teaching, 1983, p. 468.

« *Il n'est guère possible de se contenter d'analyses toutes faites et de démarches passe-partout* » [11] on commence à remettre en cause les méthodes (SGAV) avec leurs exercices structuraux, qui ne travaillent que le code et pas le discours.

2.3. Les années quatre-vingt et la révélation de l'approche communicative

La fin des années 70 et le début des années 80, c'est la révélation de l'approche communicative. Les travaux de Hymes vont conduire à repenser la didactique des langues en la faisant reposer sur le principe selon lequel, la langue est un instrument de communication, ou mieux comme un instrument d'interaction sociale. Les aspects spécifiquement linguistiques (sons, structures, lexiques) constituent la compétence grammaticale, qui ne serait en fait qu'une des composantes d'une compétence plus globale : La « compétence de communication ».

Un des principes de l'approche communicative est que la connaissance des règles, du vocabulaire et des structures grammaticales est une condition nécessaire pour l'apprentissage d'une langue étrangère mais non suffisante pour la communication.

L'enseignant recourt à des documents authentiques. Le choix de ces documents doit correspondre aux besoins langagiers et aux intérêts des apprenants et non pas à un ensemble de structures linguistiques. Toute activité implique une intention communicative, les activités privilégiées ne sont plus les « exercices structuraux » ou les exercices de simple répétition, mais bien les jeux, les jeux de rôles, les simulations, les résolutions de problèmes, etc. En d'autre terme, il s'agit de concevoir des activités pédagogiques susceptibles de conduire à une véritable communication. Il s'agit de rendre l'apprenant actif dans la négociation du sens et en grande partie responsable de son apprentissage

[11] G. Kahn, *Différentes approches pour l'enseignement du français sur objectifs spécifiques*, 1995, p.152.

« *Le seul moyen de faire progresser la pédagogie de la langue seconde, c'est de la centrer sur les caractéristiques de l'apprenant, de tenir compte de ce que l'individu ou le groupe a besoin d'apprendre, de ce qu'il a envie d'apprendre et de la manière dont il peut le mieux apprendre* »[12].

Le cours du français de l'économie est **enfin** orienté vers une dimension explicitement communicative et interactive prévoyant des activités de communication orale. Dès leur premier cours à l'université, nos étudiants des facultés des sciences économiques étaient obligés de travailler en équipe, de contacter une entreprise, d'interviewer un responsable, de faire une présentation en classe, de faire un exposé et d'organiser une discussion ou un débat. En un mot encourager et développer la communication orale.

II. ÉMERGENCE DU FRANÇAIS SUR OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

Le français sur objectif (s) spécifique (s) hérite d'un passé remontant aux années 1950 et s'est confirmé dans les années 1970. Il peut être considéré comme un avatar du français fonctionnel, un avatar façonné par les évolutions qui font, qu'il n'est plus tout à fait le même mais pas tout à fait différent. La notion n'est pas véritablement nouvelle, on y retrouve des traces des discours du français fonctionnel. Sur le plan didactique, les principes de l'enseignement fonctionnel sont toujours à l'œuvre. La mondialisation et la montée des entreprises dans les demandes de formation linguistique ont conduit à un véritable éclatement. Le champ est sectorisé en divers domaines et spécialités dont la prise en compte dépend de la demande externe, elle-même.

Entré dans la terminologie didactique fin des années 1980, l'expression « français sur objectif (s) spécifique (s) » parfois mis au singulier, est calquée sur l'expression anglo-saxonne « English for specific purposes », largement utilisé dans le domaine anglophone. L'expression exprime bien l'idée qu'il ne s'agit pas de

[12] E., Roulet, « L'Apport des sciences du langage à la diversification des méthodes d'enseignement des langues secondes en fonction des caractéristiques des publics visés », 1976, PP. 43-80.

langue particulière (un français qui soit spécial), mais d'usage particulier de cette langue.

Le français sur objectifs spécifiques (FOS) « *est né du souci d'adapter l'enseignement du FLE à des publics adultes souhaitant acquérir ou perfectionner des compétences en français, pour une activité professionnelle ou des études supérieures* »[13]. Il s'inscrit dans une démarche fonctionnelle d'enseignement et d'apprentissage : l'objectif de la formation n'est pas la maîtrise linguistique en soi mais l'accès à des savoir-faire langagiers.

Du français instrumental au français fonctionnel des années 1970 au français de spécialité, devenus aujourd'hui le français sur objectif (s) spécifique (s) il apparaît assez clairement, que ces termes sont différents noms pour une même notion. La notion reste en effet, inscrite dans le même modèle global correspondant au grand changement de paradigme méthodologique des années 1970. L'ensemble notionnel dont elle fait partie est composé des mêmes objets centraux depuis trente ans : besoins, objectifs, publics, situation et langue spécialisée, les variations constatées sont des déplacements d'attention sur tel ou tel objet rediscuté plutôt que de ruptures fondamentales. Face à ces appellations multiples, il est légitime de s'interroger sur la motivation de telles variations terminologiques.

Les dénominations existantes couvrent-elles des contenus significativement différents ?

1. Le Français fonctionnel (FF)

Le français fonctionnel (FF) est constitué de tout ce qui n'est pas le français général. En réalité, il représente le nouvel accent mis sur des domaines spécifiques à l'intérieur de la langue française : discours des sciences, des techniques et de l'économie. Le FF désigne à la fois une langue (de spécialité), une pédagogie sur objectifs (enseignement fonctionnel du français), un public (étudiants et

[13] Jean-Pierre Cuq, *Dictionnaire de didactique du Français*, p.109, 2003.

professionnels) et une volonté politique (attribution de moyens financiers avec obligation de résultats).

L'approche fonctionnelle, renvoie à un principe d'organisation des programmes d'apprentissage des langues vivantes pour des adultes, où la priorité est donnée à la valeur communicative des éléments du langage plutôt qu'à la valeur grammaticale formelle. Un cours fonctionnel vise à permettre le plus rapidement possible à l'apprenant de « fonctionner » avec efficacité dans sa relation à autrui. Il est bâti à partir d'une analyse du public, de l'environnement socio-culturel dans lequel vit l'apprenant, des situations dans lesquelles il interagit et, partant, des rôles sociaux qu'il est amené à tenir, des fonctions langagières qu'il doit être capable de remplir, des notions ou concepts qu'il doit maîtriser. Il serait donc plus exact de parler d'approche notionnelle fonctionnelle. Cette approche ne néglige pas pour autant le composant grammatical, mais son acquisition est subordonnée aux besoins de communication. Le FF a donc contribué à diffuser une méthodologie articulée sur la notion de besoins, dont le principe central est l'adaptation au public et à la situation d'enseignement-apprentissage.

Le français fonctionnel, notion clef de la décennie 1970, disparaît pratiquement de la scène didactique au début des années 1980. Les explications de cet effacement sont diverses :

- **Côté didactique**, le FF est la cible de critiques dénonçant son « ambiguïté » : « *Aujourd'hui, tous les emplois de fonctionnel ou presque sont considérés potentiellement ambigus* »[14]. La dénomination FF a désigné dans un premier temps (vers le milieu des années 1970) un enseignement linguistique spécialisé (scientifique et technique) en direction de publics « professionnels ». Puis rapidement les orientations des publiques concernés par le fonctionnel ont connu une évolution simultanée :
- D'une part les objectifs et les contenus d'un enseignement / apprentissage du FLE même en direction de publics « professionnels » n'ont plus été simplement définis

[14] Daniel Coste, « *Communicatif, fonctionnel, notionnel et quelques autres* », Le français dans le monde, 1980, pp.25-34.

en termes de langue technique mais aussi en termes de communication, en fonction « des besoins langagiers » des publics visés.

- D'autre part si les publics « professionnels » ont des besoins langagiers en FLE liés précisément à leur profession, ils en ont sûrement d'autres, toujours en FLE, liés aux situations de communication autre que « professionnelles ». Un tel changement de sens va précipiter la chute du fonctionnel.
- **Côté institutionnel**, les politiques de diffusion du français changent de cap, au prix d'une certaine instabilité institutionnelle, et privilégient une promotion globale « *visant à valoriser l'image de la France et du français* »[15]. Ne bénéficiant plus d'un soutien politique fort, « *le FF entre dans une période de relatif abandon, ce qui peut expliquer son rapide déclin* ».[16]

2. Le français instrumental (FI)

Le français instrumental -appellation qui désigne des orientations et pratiques pédagogiques nées pour l'essentiel en Amérique latine- a précédé l'appellation FF qui lui a été préférée. Le français instrumental répond à des nécessités et se plie à des contraintes particulières de l'enseignement du français à l'étranger.

Le français instrumental est un type d'enseignement fonctionnel du français qui concerne un public défini (des étudiants de l'université), est circonscrit à des activités précises (lire de la documentation spécialisée), limité à des objectifs déterminés (l'accès à l'information scientifique et plus largement au savoir), dans le cadre de filières d'études universitaires où une large partie de la documentation académique n'est disponible qu'en français. L'enseignement d'un FI vise un but immédiat et nécessairement limité. On s'intéresse à la réception plutôt qu'à la production, à l'écrit plutôt qu'à l'oral. L'adjectif instrumental véhicule l'image d'une langue-objet, d'une langue outil permettant d'effectuer des opérations langagières dans une visée pratique. Il contient aussi l'idée de « fonctionnalisation » de l'enseignement de FLE.

[15] Ministère des Affaires Étrangères, *La politique linguistique et éducative*, 1995.
[16] Odide Challe, D. Lehmann, « le français fonctionnel entre l'alternative politique et le renouvellement méthodologique », 1990.

3. Les langues de spécialités (LSP)

L'appellation LSP est ancienne (année 1950-1960) impliquent la transmission d'une information relevant d'un champ d'expérience particulier »
Elle regroupe trois catégories : les langues scientifiques, les langues techniques et les langues professionnelles. À cette époque, les langues professionnelles ne bénéficient pas de la reconnaissance politico-institutionnelle, elles sollicitent donc moins la recherche et peu de travaux leur sont consacrés.
La situation évoluera, notamment dans la décennie 1990, un intérêt accru est porté au français pour les professions, secteur important dans les échanges marchands, dans les communications internationales. D'ailleurs la production éditoriale en est un bon indicateur. L'expression LSP pose de nombreux problèmes en raison de la multiplicité des catégories de langues regroupées sous cette étiquète. On parle d'expression « peu conceptualisée ». On a l'image d'un champ éclaté aux limites de plus en plus floues et aux découpages internes incertains.

III. MÉTHODOLOGIE POUR ÉLABORER UN PROGRAMME DE FRANÇAIS SUR OBJECTIF(S) SPÉCIFIQUE(S)

Le français sur objectifs spécifiques occupe un champ assez peu développé en Algérie dans la didactique de FLE, alors que nous constatons depuis quelques années une progression significative de la demande d'un français plus utilitaire et ciblé sur les relations professionnelles. Le FOS se caractérise par une ingénierie de formation sur mesure qui considère chaque demande comme unique. Il n'est plus question de puiser de méthodes toutes prêtes pour élaborer son cours mais on passe du matériel préexistant à la création de matériels pour des besoins personnalisés et immédiats. C'est ce qui justifie notre motivation de travailler sur l'approche méthodologique FOS en vue d'améliorer l'enseignement de l'expression orale chez nos apprenants de la Faculté des Sciences Économiques. Mais comment s'articule-t-elle ?

Rapport-Gratuit.com

1. Description de la démarche FOS[17]

C'est un processus en cinq étapes qui part d'une demande de formation, généralement institutionnelle, à partir de laquelle est élaborée une analyse des besoins. Cette analyse faite, le concepteur entreprend une collecte des données à partir desquelles il construira son programme de formation linguistique.
Ces données authentiques doivent être ensuite analysées et traitées pour devenir des supports d'enseignement qui donneront naissance aux activités de classe.

1.1La demande/offre de formation

Le point de départ de la mise en place d'un programme de FOS peut être le résultat de deux démarches distinctes. C'est-à-dire il peut s'agir d'une demande précise d'une entreprise ou d'une organisation qui exprime un besoin de formation, comme il peut être question d'une offre proposée par des instituts de langues. Dans notre cas, nous avons ces deux dernières années des écoles privées qui proposent dans leur programme de formation des cours de français de l'hôtellerie et de français du tourisme. L'étude de la demande selon les spécialistes[18], exige de la part du formateur d'obtenir du demandeur le maximum d'informations :

- De quel métier s'agit-il ?
- Dans ce métier, quels postes occupent (occuperont) les apprenants ?
- Dans quelles situations de communication utiliseront-ils le français ?
- Qui seront leurs interlocuteurs ?
- Qu'auront-ils à lire, écrire, écouter et dire ?

[17] Chantal Parpette, Jean-Marc Mangiante, le Français sur Objectifs Spécifiques : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours, 2004.
[18] Chantal Parpette, Jean-Marc Mangiante, *Idem*., p. 44.

En résumé, l'étude de la demande exige du concepteur de s'informer sur les points suivants :

-Savoir quel est le point de départ de la formation c'est-à-dire s'agit-il d'une demande précise d'une entreprise, organisation ou d'une offre de l'institution dans laquelle on enseigne ?

-Si la formation répond à une demande précise, obtenir du demandeur le maximum d'informations :

- De quel métier s'agit-il ?
- Dans ce métier, quels postes occupent (occuperont) les apprenants ?
- Dans quelles situations de communication utiliseront-ils le français ?
- Qui seront leurs interlocuteurs ?
- Qu'auront-ils à lire, écrire, écouter et dire ?

-Si la formation est une offre de l'institution, clarifier les paramètres qui ont conduit à cette offre : Chercher les lieux professionnels susceptibles d'accueillir les publics ciblés par la formation FOS ; nouer des contacts, chercher des interlocuteurs Pourront renseigner sur ces milieux et s'informer sur les métiers, les postes, les situations de communication.

1.2 L'analyse des besoins

L'analyse des besoins est le préalable indispensable à toute démarche de formation. Analyser les besoins en formation, c'est tenter un recensement des besoins en allant interroger divers acteurs et c'est donc une manière d'analyser ses pratiques. *« Le besoin n'est pas un objet qui existe et que l'on pourrait rencontrer dans la rue. Il est un objet construit, le nœud de réseaux conceptuels et le produit d'un certain nombre de choix épistémologiques »*[19]

[19] Louis Porcher, « Monsieur Thibault et le bec bunsen », in Études de linguistique appliquée, n23, 1976, p. 06.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Cette phase d'analyse des besoins a pour objectif d'orienter son projet pédagogique vers les situations de communication auxquelles sera confronté l'apprenant ultérieurement, dans son activité professionnelle.

En fait, l'analyse des besoins constitue logiquement l'origine des réflexions sur la formation. Elle soulève une série de questions auxquelles il va falloir consentir à apporter des réponses, à savoir :

- À quelles utilisations du français l'apprenant sera-t-il confronté au moment de son activité professionnelle ou universitaire ?
- Avec quels types d'interlocuteurs (statut, rôles, caractéristiques) aura-t-il à communiquer ?
- Quels actes de parole devra-t-il être en mesure de réaliser en réaction à quels autres actes ?
- En référence à quels domaines d'expérience les échanges langagiers se dérouleront-ils ?
- Seront-ils confrontés à des interlocuteurs ou des situations porteurs de différences culturelles ?
- Seront-ils dans des situations qui nécessiteront des adaptations de comportement ?

1.3 La collecte des données langagières

Deux facteurs sont déterminants dans cette étape : La nécessite de sélectionner des contenus prioritaires et la connaissance d'un milieu professionnel particulier qui permet de repérer les usages de la langue à faire acquérir. « *C'est le centre de gravité de la démarche FOS* »[20]

Le concepteur de cours de langue ignore tout, ou presque, sur le type de situations et donc des échanges auxquels elles peuvent donner lieu. Le moyen pour lui de résoudre ce problème consiste en tout premier lieu, à se faire accepter dans ces situations, et à observer ce qui s'y passe sur le plan langagier. La première fonction de la collecte des données est donc d'informer l'enseignant- concepteur sur le domaine à traiter et les discours qui y circulent. D'où l'importance de

[20] C. Parpette, J.-M. Mangiante, *Idem.*, p. 46.

l'enregistrement de productions langagières, si l'on veut se rapprocher réellement des situations de communication ciblées par la formation.

En résumé, collecter des données langagières c'est : se rapprocher le plus possible des situations visées et de leurs acteurs ; avoir recours à des personnes-ressources, travaillant dans le même domaine que les apprenants ; observer les lieux, les actions, les échanges langagiers ; filmer si c'est possible, enregistrer, prendre des notes, collecter les documents écrits et organiser des interviews et traiter les données recueillies en fonction du niveau des apprenants

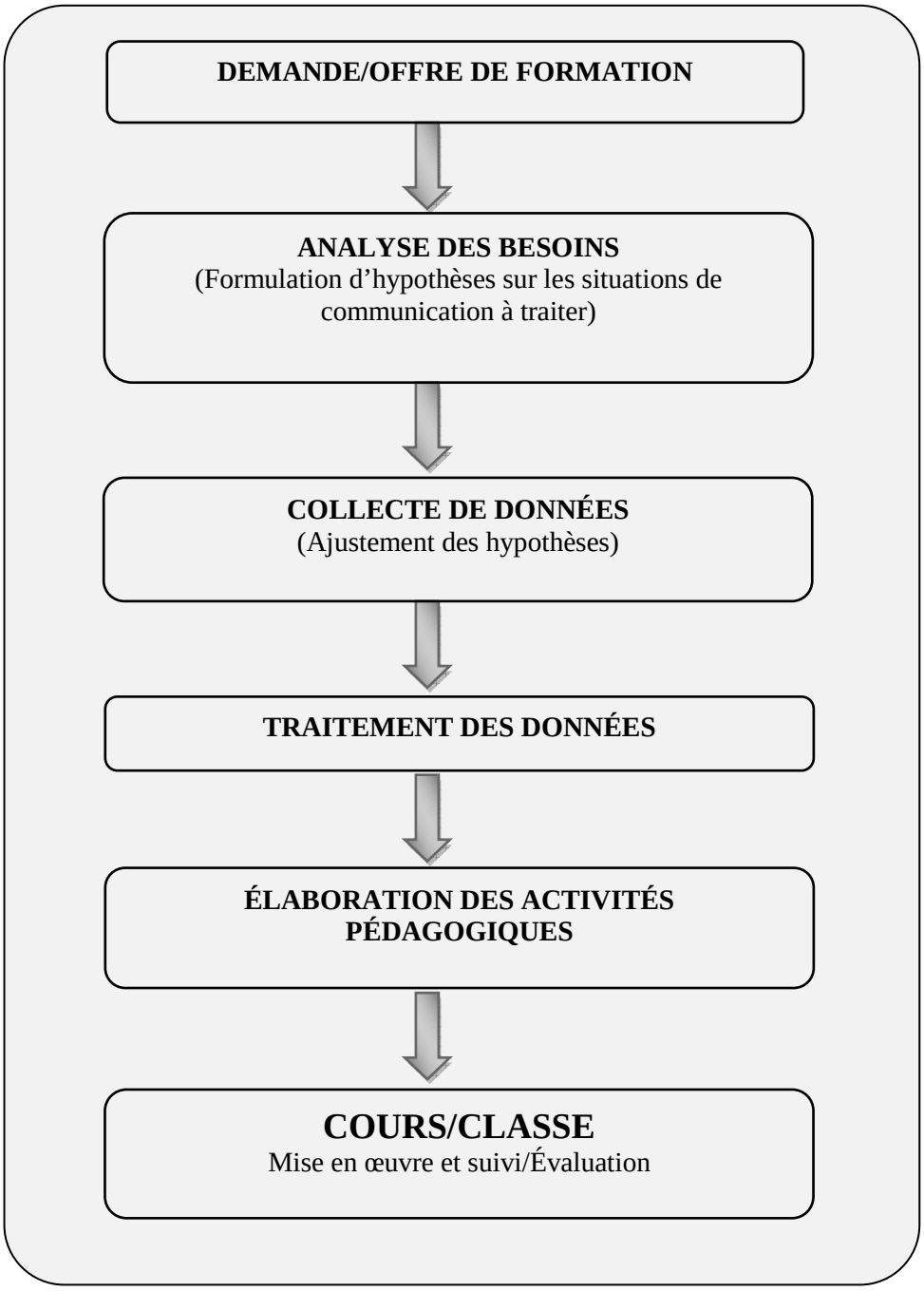
1.4 L'analyse des données

Les données collectées vont être traitées. La découverte des discours cible par les enregistrements ne signifie pas que ces derniers ainsi réunis deviennent automatiquement des documents supports de cours. Ils peuvent être traités et modifiés (c'est le cas lorsque les discours sont complexes) pour être adaptés en fonction du profil du public, des habitudes d'enseignement, des moyens matériels et surtout pour en faciliter la compréhension. La manipulation permet donc de conserver l'information essentielle en éliminant des données qui peuvent la rendre inaccessible aux apprenants. Enfin, les données collectées pourraient servir de base d'information à la constitution de documents fabriqués.

1.5 L'élaboration pédagogique

À partir des données collectées et analysées, l'enseignant envisage les situations de communication à traiter, les aspects culturels à étudier, les savoir-faire langagiers à développer en priorité, et construire les activités d'enseignement.
Lors de l'élaboration pédagogique, le concepteur doit réfléchir à la mise en œuvre des activités avec les apprenants en classe, articuler étroitement l'élaboration des activités pédagogiques à l'analyse des données collectées.

Synthèse de la démarche FOS [21]



[21] Résumé, selon Chantal Parpette, in « Intégration de la formation linguistique professionnelle dans les cursus universitaires : légitimité et limites de la démarche », acte du Colloque de Plzen 20-22 septembre 2001, pp. 2-4.

IV. L'ENSEIGNANT DE FRANÇAIS SUR OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

Les objectifs ambitieux du FOS font peser de très lourdes responsabilités sur l'enseignant. Pour l'enseignant de FOS, il s'agit de rendre l'apprenant apte à faire quelque chose à l'aide du français : l'apprenant n'apprend donc plus le français mais du français. Il doit pour cela apprendre à s'adapter à différents publics et domaines de spécialités.

L'enseignant de FOS est avant tout un enseignant de langue. Passer de l'enseignement du français langue étrangère à l'enseignement du FOS exige d'ajouter à son propre portefeuille personnel de nouvelles compétences pour être capable de répondre efficacement aux demandes de formation et pour évoluer du statut d'utilisateur d'une méthode à celui de : concepteur de programme, concepteur de matériel pédagogique, chercheur, organisateur de formation, animateur d'équipes pédagogiques. Il se transforme en concepteur de méthodes de FOS et en spécialiste du domaine scientifique. Il doit surtout faire preuve d'une grande curiosité et d'un intérêt pour les contenus spécialisés afin de se constituer une documentation et des connaissances de base pour appréhender des supports authentiques et de les intégrer à ses activités pédagogiques.

Pour constituer des corpus pertinents, il est indispensable d'avoir un minimum de connaissances dans le domaine de spécialité sans pour autant devenir un spécialiste. Il s'agit plutôt de se construire progressivement une relative familiarité avec le domaine spécifique pour communiquer avec les spécialistes et faciliter les échanges.

- Savoirs et savoir-faire exigés chez l'enseignant de FOS

L'appellation FOS recouvre des cas de formation très divers, préparer ces cours, c'est se confronter à une réalité complexe : grande diversité des publics, des institutions d'enseignement et des domaines de spécialité.

« *…Le monde du travail, comme on dit parfois en pensant à celui de l'usine, du commerce, de l'entreprise en général, est le plus souvent étranger à l'enseignant, y compris dans son propre pays…Il ignore les règles et les codes, ce monde est pour lui un mystère quasiment indéchiffrable.* »[22] Il est donc nécessaire, pour réussir de :

- S'adapter aux publics, de s'initier aux domaines de spécialités et d'innover.
- Être capable d'analyser des institutions, des marchés, des publics, des besoins et des programmes.
- Être capable de maîtriser la gestion d'un projet de formation adapté au FOS (conception mise en œuvre, suivi et évaluation).
- Être capable de définir des objectifs pour élaborer et concevoir un matériel approprié à son public et pouvoir proposer des activités permettant d'impliquer l'apprenant et d'exploiter ses connaissances référentielles au domaine de spécialité.
- Explorer les pistes de l'auto-formation et du travail en équipe pour et avec les adultes.
- Apprendre à maîtriser les différentes étapes de l'élaboration de programmes de français sur objectifs spécifiques.

Le français sur objectifs spécifiques FOS à la différence du français général, touche des domaines scientifiques ou professionnels souvent inconnus ou peu connus des enseignants, ce qui implique que ceux-ci acquièrent quelques compétences dans le domaine qu'ils sont amenés à traiter. Même si la priorité doit être donnée au travail sur la langue, le contenu étant le domaine réservé au professeur de la spécialité, il est indispensable que l'enseignant qui s'engage dans un programme de FOS maîtrise le fonctionnement des discours de la spécialité.

L'idéal serait de pouvoir faire travailler en binôme l'enseignant de FOS et l'enseignant de la discipline. Ce projet est encore prématuré. Ces deux mondes (littéraires et scientifiques) ont du mal à se parler et ne savent pas encore travailler ensemble. Mettre en commun leurs savoirs et agir pour un objectif pédagogique commun, ce serait pourtant la meilleure solution pour produire un enseignement véritablement efficace.

[22] Denis Lehmann, *op.cit.*, 1993.

CONCLUSION

L'enseignement dispensé dans nos universités permet aux apprenants d'atteindre un niveau de langue et d'être en mesure pour cela de suivre des cours, d'assimiler des contenus, de répondre à différentes formes d'évaluation et de rédiger des documents. Mais il reste insuffisant pour permettre aux apprenants d'acquérir des connaissances et de les restituer sans excessive difficulté.

Le cours de français de l'économie doit donc venir en complément et se situer en continuité avec le perfectionnement linguistique. Les cours de français dispensés dans chaque discipline doivent préparer le futur diplômé à utiliser le français sur le terrain de sa pratique professionnelle à venir.

Cette volonté de répondre aux besoins particuliers des apprenants, implique sans doute un autre type de méthodes et de manuels que les actuelles productions élaborées, que l'enseignant n'a plus qu'à appliquer. « *En ce sens, tout enseignement du français, s'il veut être efficace, c'est-à-dire répondre aux attentes et aux besoins du public et non pas aux vœux des enseignants de français, doit être organisé adéquatement en fonction des objectifs ainsi définis* ». [23] D'où l'intérêt de la démarche méthodologie FOS qui n'est d'ailleurs pas différente de celle réalisée par la méthodologie communicative. Leur originalité vient surtout, de la façon dont les activités se déroulent en classe ; du rôle de l'enseignant, qui ne doit plus être vu comme un simple dispensateur de connaissances, mais comme médiateur et guide auprès des apprenants ; de la responsabilité donnée aux apprenants, qui ont à construire des savoirs et savoir-faire, de faire ressortir la place de l'interaction et de la circulation de la parole dans la classe et de la nature du matériel utilisé pour enseigner et pratiquer la langue étrangère.

Mais qu'en est-il des techniques à mettre en œuvre pour développer l'enseignement de l'oral en français de l'économie ? Que proposent les spécialistes du FLE et en particulier les théoriciens du FOS ? Le deuxième chapitre devrait nous fournir certains éléments de réponse.

[23] Louis Porcher, op. cit., p.16.

Chapitre 2

Les techniques de l’expression orale

I. CHOIX MÉTHODOLOGIQUES EN VUE DE L'ACQUISITION PAR LES APPRENANTS D'UNE HABILITÉ LANGAGIÈRE : L'EXPRESSION ORALE

Le passage d'une centration sur la méthode à une centration sur l'apprenant redonne un rôle essentiel à l'enseignant et rend sa tâche plus difficile et plus variée. En effet, d'utilisateur de matériels élaborés et classés par d'autres, selon des critères extérieurs à son propre public, il devient maître d'œuvre et responsable à part entière dans le processus éducatif.

Nos lignes directrices en matière de techniques de classe en vue, de l'acquisition par les apprenants d'une habilité langagière qui est l'expression orale, sont :

- Le travail de groupe
- Les exercices de créativité et de simulations
- Les activités axées sur l'acquisition de l'aisance
- Les documents authentiques
- L'utilisation des technologies

1. Le travail de groupe

Une classe de langue, comme tout groupe humain composé d'individus destinés à passer ensemble de nombreuses heures, ne peut se passer d'échanges réels. L'acquisition de la parole ne peut avoir lieu dans de meilleures conditions qu'à travers la pratique spontanée de la langue. Produire des phrases destinées au professeur n'est pas pratiquer la langue mais lui montrer la connaissance qu'on a de cette langue. Mais comment faire de la classe, un lieu où l'étudiant ne serait plus en situation didactique pure mais où les échanges auraient une certaine spontanéité, un caractère personnel, et ne serait pas uniquement dirigés dans le sens professeur → élève, mais aussi élève → élève ?

Le moyen de faire de la classe un lieu de communication personnelle, non dirigée vers le professeur, est le travail de groupe, destiné à préparer une activité où les tâches ont été précisées : jeu de rôles, simulations, discussions…

Rapport-Gratuit.com

1. 1 Les avantages du travail de groupe

À l'origine on a, dans toute situation d'enseignement, un groupe fixe qui englobe le professeur et les élèves, appelé le groupe-classe. Ce groupe fixe d'origine, éclatera en autant de groupes plus restreints, variables par leur dimension, leur composition, selon les intérêts et les tâches à accomplir. Le travail de groupe entraine le brassage des participants, dans différents rôles et différentes activités, relatives à différents thèmes. L'impossibilité pour le professeur de faire partie de tous les groupes à la fois, contraint les apprenants à organiser eux-mêmes leur travail dans cette structure réduite et favorise ainsi leur apprentissage de l'autonomie.

Les avantages du travail de groupe sont multiples :

- D'abord, le temps à la disposition du groupe-classe est multiplié par autant de fois qu'il y a de groupes dans la classe. En outre, la communication étant réelle, chacun parle en son propre nom en assumant son rôle. Le travail de groupe est un vrai facteur qui contribue directement à l'apprentissage de la langue. Il permet de replacer le discours de l'apprenant dans une interaction sociale en vue d'une tâche à réaliser ou d'un but à atteindre.
- De plus le travail de groupe présente des avantages psychologiques reconnus, tels que l'incitation mutuelle, un feedback multiple et toutes autres formes d'interactions qui font qu'on résout volontiers, à plusieurs, une tâche pour laquelle on est moins armé et moins motivé si on est seul.
- Enfin, dans le travail de groupe, chaque membre est personne ressource pour tous les autres, ce qui représente une bonne façon d'amener les apprenants à recourir à d'autres sources de savoir que le professeur.

2. Exercices de créativité et de simulation

Nous proposons d'exploiter deux grandes catégories d'activités qui ont en commun de donner à l'apprenant-locuteur l'occasion de parler, de communiquer. Elles peuvent être longues, on les appelle « simulations globales » ou plus réduites, on les appelle « jeux de rôles ».

2.1 Les activités de jeux de rôles

Issu des techniques de formation d'adultes, le jeu de rôle est un événement de communication interactif à deux ou plusieurs participants où chacun joue un rôle pour développer sa compétence de communication. Il consiste « *à faire jouer par le protagoniste un des rôles qu'il tient dans la vie quotidienne. Il sera aidé par d'autres membres du groupe qui tiendront, sur ses indications, les rôles que jouent, dans la vie quotidienne, des membres de son entourage* »[1]

Le jeu de rôle est alors une simulation simple où les joueurs se limitent à prendre une identité fictive, à agir de la façon la plus authentique, sous couvert de cette identité « *c'est tout simplement expliciter des divers rôles* »[2]

Tout peut se produire dans un jeu de rôle car il en va de l'inspiration de chaque participant. Il n y a pas toujours de canevas de situations, de contraintes ou consignes de jeu. Il n'y a en général aucune préparation, et les participants sont libres de se comporter comme ils le jugent bon. « *Le jeu de rôle est fondé sur l'improvisation spontanée des participant*s » [3]

De l'avis des praticiens, jusqu'à ces dernières années, les jeux de rôles observés dans les classes de langue, restaient souvent pauvres. Les dialogues tournent à vide. Aujourd'hui tous les manuels fournissent des indications pour préparer le jeu de rôle proposé.

[1] Jean-Claude Fontaine, « Le jeu de rôle et la simulation dans l'enseignement des langues étrangères », 1980.
[2] Pieron, vocabulaire de la psychologie, 1968.
[3] Taylor J.-L., Walford R., Les jeux de simulation à l'école, 1976, p. 199.

Report-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

La répétition pure et simple des phrases remémorées des situations préalablement apprises est à éviter dans le jeu de rôles. Conçu dans cet esprit, le travail de jeu de rôle n'est pas productif, puisqu'il ne mobilise que la mémoire. Pour éviter cela, il faut que les apprenants s'impliquent personnellement dans les situations qu'ils produisent. Pour créer cette implication, des conditions sont nécessaires :

- Le jeu de rôle doit proposer des « situations problèmes », telles qu'un rendez-vous manqué à la suite duquel les deux personnes discutent au téléphone, un dîner au restaurant où l'une des personnes n'est pas satisfaite du menu et veut changer d'établissement, etc. Sans abuser de ce type de situations, elles sont nécessaires dans une certaine mesure parce qu'elles suscitent la créativité des étudiants et les obligent à explorer leurs connaissances linguistiques pour s'exprimer.
- Le temps consacré au travail de groupe pour réaliser le jeu de rôles doit être assez long, environ trente minutes, sinon il ne peut y avoir de recherche ni de création sérieuses.
- On laisse aux étudiants la tâche de créer la psychologie de leurs personnages, de leurs donner un sexe, un nom et une personnalité.
- Pendant la préparation des canevas, le professeur reste à la disposition des étudiants, mais ne s'impose pas dans un rôle de surveillant. À chaque groupe de gérer son travail, pourvu qu'il soit efficace. Le canevas doit être joué et non lu. On peut s'inspirer de notes si le texte crée est plus élaboré.
- Pendant l'exécution du jeu, la classe note les erreurs et joue le rôle de spectateur.
- Après le jeu, on procède à une correction par la classe, qui est invitée à donner ses appréciations et à préciser les erreurs repérées. Cette phase est très profitable à l'apprentissage grammatical. Les apprenants impliqués dans la correction, laissent rarement passer des fautes, ce qui prouve que la grammaire les intéresse s'ils la prennent en charge eux-mêmes.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

2.2 Les simulations globales

La majorité des étudiants ont pour objectif l'acquisition d'un registre oral qui n'est pas celui de la conversation quotidienne, mais plutôt celui de la discussion ou échanges d'idées, de la résolution de problèmes et de l'exposé.
En classe de langue, la pratique la mieux adaptée à l'exercice et à l'acquisition de ces savoir-faire est sans doute la simulation « *action par laquelle on fait semblant d'exécuter une chose* »[4] Elle, met l'étudiant en situation de réaction, qui est la condition même de l'échange oral.

La pratique des simulations nécessite deux conditions fondamentales : la création de situations et la participation des étudiants en tant qu'acteurs jouant des rôles dans ces situations.

2.2.1 Naissance de la simulation globale

L'émergence des simulations globales remonte aux années 1970. Elles ne sont pas nées par hasard : elles sont le point de rencontre et la synthèse d'idées, d'attitudes, de pratiques d'une époque.

En 1973-1974, la publication de certains articles seront d'une certaine manière, fondateurs des simulations globales, c'est la proclamation de « *la mort du manuel et le déclin de l'illusion méthodologique* »[5]. Un constat d'échec est dressé pour toutes les méthodes d'enseignement du français langue étrangère. L'utilisation de la simulation en classe de langue est prônée. Dans une optique communicative, pour apprendre une langue, il est essentiel de recourir aux techniques de simulation dans les classes, de mettre en pratique ses connaissances et de les utiliser en situation.

En 1979 avec les simulations globales, on introduit enfin dans la classe une nouvelle dimension, celle du jeu, considéré comme activité créative. Les premiers à être autorisés à jouer en situation de formation sont- non pas les enfants mais, paradoxalement, les adultes en formation.

[4] Petit Larousse, article « simulacre ».
[5] F. Debyser, « La mort du manuel ou le déclin de l'illusion méthodologique », 1973. pp. 16-19.

Au début des années 1980, les simulations globales « généralistes » (le cirque, le village…) se multiplient et prennent de l'assurance. Elles vont bénéficier peu à peu d'une reconnaissance de plus en plus large, d'abord, converties au français sur objectifs spécifiques, (la conférence, l'hôtel et l'entreprise) elles vont devenir un outil transférable à bien d'autres disciplines que l'apprentissage des langues étrangères.

2.2.2 Définition de la simulation globale

La simulation globale sur objectif (s) spécifique (s) suppose de la part de l'intervenant une préparation documentaire préalable, parfois complétée par une recherche sur le terrain et des contacts avec des experts du domaine.

La simulation globale consiste à faire inventer par un groupe d'apprenants un univers de référence, à animer cet univers de personnages en interaction. Une première approche conduit à énoncer deux principes fondamentaux, pour entreprendre une simulation globale :

-Construire un « lieu-thème »

-Construire des identités fictives.

A. Construire un « lieu-thème »

Construire « un lieu-thème » consiste à faire débarquer l'imaginaire d'un groupe d'élèves sur un lieu qui fonctionne comme un milieu et comme un thème : une île, un immeuble, un village, une entreprise etc. Ce lieu-thème, permet alors de convoquer et de fédérer toutes les activités d'expression écrite et d'expression orale, traditionnellement faites dans la classe de façon atomisée. L'objectif étant de leur donner un sens, une dynamique, *« la dynamique combinatoire »*, de la construction collective d'un univers dans lequel chacun sera partie prenante.

Cette technique est particulièrement utile en didactique des langues où l'acquisition d'une compétence de communication en langue étrangère passe par la simulation de situations de communication. Par rapport à des simulations simples, telles que simuler un échange conversationnel, une transaction, une négociation, la

simulation globale est plus ambitieuse : *« Il s'agit de créer progressivement avec le groupe-classe un univers du discours complet, avec son cadre, ses personnages, leur vécu individuel et collectif et leurs relations ; c'est la construction collective d'un monde vécu, d'une symbolique et donc d'une culture partagée, … en langue étrangère »* [6]

Ainsi le lieu-thème de la simulation globale sera non seulement le lieu où viendront se chaîner les différentes activités de classe mais aussi où se relieront les expériences et les cultures des individus.

B. Construire des identités fictives

Construire des identités fictives, consiste à mettre entre parenthèses son identité réelle, pour se glisser dans la peau d'un personnage que l'on va incarner, animer. La simulation globale va donc consister :

- **À faire comme si l'on vivait autre part** que dans l'univers scolaire, à sortir de cet univers par la puissance de l'imagination et à importer dans la classe le lieu-thème choisi.
- **À faire comme si on était quelqu'un d'autre**, en allant chercher en soi les ressources permettant de rendre crédible le personnage investi et géré ; en arriver à pouvoir s'exprimer que si l'on était resté dans le cadre de sa véritable identité.

Autrement dit, la simulation globale est une manière de laisser une grande place à la créativité.

2.2.3 Canevas d'invention de simulations globales sur objectifs spécifiques : L'entreprise[7]

Une simulation globale comporte cinq phases :

1- Une phase d'établissement de l'environnement et de décor du lieu-thème ;
2- Une phase d'établissement des identités fictives ;

[6] *Ibid*.
[7] Canevas d'invention dont le lieu-thème est l'entreprise. Travail entrepris par Catherine Favret, Jean-Paul Guidecoq, Jean-Pierre Raveneau (travail coordonné pas Francis Yaiche dans le cadre du stage long du BELC, 1991-1992).

3- Une phase d'interactions ordinaires ;
4- Une phase qui donne une « épaisseur historique » au lieu par des traces écrites ;
5- Une phase qui fait intervenir des événements et des incidents dans le courant de la simulation.

A. Première phase : Établir le lieu, le cadre

➢ **Identité de l'entreprise**

1- Négociation et choix d'un secteur d'activités, d'un type et d'un nom de produit, d'une clientèle ciblée, d'une taille et d'un projet de développement de l'entreprise.

2- Recherche du nom de l'entreprise et son logo

3- Rédaction d'une fiche signalétique de l'entreprise en vue d'une rédaction ultérieure de biographie :

- Structure juridique de l'entreprise ;
- Date de la création de l'entreprise ;
- Signalement et portrait du ou des fondateurs (saga familiale) ;
- Épisodes particuliers vécus par l'entreprise.

➢ **Le choix du lieu de l'implantation de l'entreprise**

1- Recherche d'une région, une ville, d'un site d'implantation de l'entreprise.

2- Repérage de l'environnement du site choisi :

- Sur le plan économique et commercial (vitalité, tradition, histoire).
- Sur le plan social et sociologique (recrutement social, taux de chômage, etc.).
- Sur le plan de l'infrastructure (réseaux de transports, équipements en moyen de communication, etc.) ;

3- Description de l'architecture de l'entreprise :

- Extérieur (plans, maquettes, environnement) ;
- Intérieur (décoration, équipement) ;
- Préparation d'un dossier destiné à la compagnie d'assurances de l'entreprise.

➢ **L'entreprise face à la conjoncture et face à la concurrence**

1. La stratégie de l'entreprise :

- Les fonctions études, recherches et développement ;
- Les circuits de ventes et les modes de développement (conquête du marché extérieur, les foires et les expositions, etc.) ;
- La politique de communication globale (les relations avec les salariés, avec les clients etc.), le choix d'un mode de communication (image de marque) et d'un slogan.

2. Financement de l'entreprise :

- Cotation (ou non) en bourse ;
- Investissements : autofinancement ; appui des banques ou soutiens institutionnels ;
- Bilan d'activité, trésorerie.

3. La réaction de l'entreprise à la conjoncture :

- Conjoncture économique nationale et internationale : récession ou développement ; inflation/chômage ;
- Conjoncture politique nationale et internationale : ouverture ou fermeture des marchés, stabilité ou instabilité politique et sociale.

B. Deuxième phase : établir les identités du personnel de l'entreprise

1. Construction d'un organigramme : direction, service centraux, services communs, département, laboratoire, services commerciaux, financiers, communication, fonction recherche et veille, etc.

2. Définition des catégories, des professions et des profils :

- Cadres supérieurs, cadres moyens, employés administratifs, ouvriers, etc.
- Ingénieur, technico-commercial, secrétaire, standardiste, ouvrier, factotum, etc.

3. Construction des identités fictives et rédaction de biographie

C. Troisième phase : interactions

1. Établissement d'un sociogramme de l'entreprise

- Qui aime qui ? Qui déteste qui ?;
- Jalousies, amitiés, équipes, relations privilégiées ;

2. Jeux de rôle autour de la machine à café ou au restaurant d'entreprise.

3. La gestion du personnel :

- Entretiens de recrutement ou de sélection interne ;
- Les relations syndicat-patronat (jeux de rôle de négociations salariales ou portant sur les conditions de travail) ;
- Le comité d'entreprise, le conseil d'administration, les actionnaires, les partenaires, etc. ;
- Relations avec les organismes sociaux (visite de l'inspection du travail, formation continue…etc.)

4. L'entreprise au quotidien :

- Horaires, habitudes, usages, coutumes ;
- Qui fait quoi à telle heure ? Tel jour ?;
- Coupes dans le temps : qu'est- ce que l'on sent, entend, voit à telle heure, tel jour dans l'entreprise ?
- Une journée avec le patron, un ouvrier ; une journée dans un service

D. Quatrième phase : traces écrites

1. Les écrits de communication interne ;

- Notes de service, lettres (d'embauche, de licenciement) ;
- Rapports, procès-verbaux ;
- Comptes rendus de réunions ;
- Dossiers, synthèses ;
- Avertissement au personnel, consignes (d'hygiène et de sécurité, par exemple) ;
- Journal interne d'entreprise ;
- Règlement intérieur.

2. Les écrits de communication externe :

- Lettres aux clients, fournisseurs ;
- Dépliant pour un nouveau produit, affiche, slogan ;
- Tracts syndicaux ;
- Brochure de présentation de l'entreprise pour la communication externe ;
- Articles de journaux, reportages, interviews sur l'entreprise.

E. Cinquième phase : événements et incidents

1 - Les événements :

- Départ à la retraite, arrivée d'un nouveau membre, mariages, naissances, etc.

2 - Les incidents :

Cambriolage, crime, accident, grève, incendie, explosion, etc.

La simulation globale est un véritable support de la créativité. Elle est une imitation de la réalité dans le sens où elle se cale sur cette réalité existante, pour donner au modèle construit, un fondement et une crédibilité. Et les apprenants éprouvent un plaisir réel à essayer d'imiter « *Il n y a rien ou presque, dans les comportements humains, qui ne soit appris, et tout apprentissage se ramène à l'imitation… le cerveau humain est une énorme machine à imiter* »[8].

3. Les activités axées sur l'acquisition de l'aisance

L'aisance dans la production orale ne peut émerger et augmenter chez l'apprenant que si l'enseignant organise régulièrement des « *activités axées sur l'acquisition de l'aisance (A.A) dans sa classe. C'est-à-dire des activités où l'apprenant - producteur doit mettre en œuvre le savoir linguistique qu'il a acquis, aussi petit soit-il, pour réaliser des objectifs, pour satisfaire des besoins dans des situations réelles* »[9].

Dans ces activités axées sur l'acquisition de l'aisance, on demande de construire du sens et non pas des formes linguistiques. Il importe donc moins que les phrases produites correspondent phonologiquement, syntaxiquement à la norme, ou que le récepteur comprenne ou non 100 % des mots d'un texte oral. Primordiales sont la transmission et la réception spontanées du message. L'enseignant doit donc toujours contrôler si les activités proposées mettent bel et bien l'accent sur le sens et non sur la forme avant de les mettre en place.

[8] René Girard, Des choses cachées depuis la fondation du monde, le livre de Poche, n°4001, P. 20.
[9] Hilde Schmitt-Gevers, « La notion d'aisance dans la production et la réception orales en langues étrangères », 1993.

Rapport-Gratuit.com

Les activités peuvent prendre l'aspect de travaux individuels, à deux ou en petits groupes et être axées sur la réception aisée, la production aisée ou les deux en même temps. À fin d'augmenter l'aisance dans la production, les apprenants peuvent, par exemple, décrire ou formuler des commentaires sur des photos, des images, résoudre un problème, réaliser un projet (fonder une entreprise, organiser un voyage), prendre une décision collective, participer à un débat, etc.

3.1 Les facteurs conditionnant l'aisance

Le manque de pratique dans l'utilisation d'une langue étrangère est un facteur négatif pour l'émergence de l'aisance orale. La crainte des apprenants de ne pas avoir suffisamment de connaissances pour accomplir une A.A en langue étrangère (L.E) peut-être atténuée par plusieurs façons :

- D'abord, par une explication claire de l'objectif visé.
- En leur faisant observer qu'il existe des stratégies de compensation pour combler ces lacunes : « *La négociation du sens, l'emploi du contexte, des connaissances du monde, l'usage du passage à une autre langue, de transfert à partir de la langue maternelle (L.M), de stratégies fondées sur l'interlangue, de stratégies de coopération et de stratégies non-linguistiques pour exprimer ses idées* »[10] L'apprenant emploie déjà plusieurs de ces stratégies dans sa langue maternelle, il n'aura qu'à les transférer en L.E pour se débrouiller en cas de difficultés.

Afin de faciliter l'expression aisée, l'enseignant pourrait, par exemple, leur fournir un minimum d'informations sur le sujet retenu en distribuant des fiches avec quelques indications sur les idées à exprimer ou les caractères des personnages à jouer. Le visionnement d'un film, d'un journal télévisé, un voyage sur le terrain, une discussion de classe avant la réalisation de la tâche permettraient à l'apprenant d'être mieux équipé pour accomplir sa tâche communicative avec aisance.

[10] E. Harding, « Communiquer avec les moyens du bord », 1986, p.111.

Les A.A auront plus de chances de succès si elles restent proches des situations de communication auxquelles les apprenants sont habitués. Le travail en petits groupes dans un environnement le plus détendu possible, est le moyen par excellence de vaincre la timidité et de faire émerger une production aisée en classe.

3.2 Rôle du professeur pendant les activités axées sur l'acquisition de l'aisance

Les A.A visent l'élaboration de sens et pas de formes. L'enseignant laisse le champ libre à l'interlangue de l'apprenant et ne corrige les fautes grammaticales, syntaxiques et phonétiques des apprenants que lorsqu'elles soulèvent des difficultés importantes. Il essaie d'encourager les apprenants et de les rendre moins hésitants à s'exprimer de façon autonome.

Lors des activités axées sur l'acquisition de l'aisance, l'enseignant peut choisir entre deux rôles :

- Soit il reste à l'écart et devient observateur, facilitateur de l'activité. Il circulera dans la classe, il fournira surtout des explications sur la tâche à exécuter et proposera des explications sur la langue si les apprenants le lui demandent explicitement « *on a tendance à oublier que tout apprenant ressent le besoin à des moments donnés de comprendre le système pour le maitriser* ». [11] Dans tous les cas, les interventions de l'enseignant sur le code doivent rester secondaires, étant donné que l'accent est mis sur le sens et non sur la forme lors d'une A.A.
- Soit il se joint à l'un des groupes, non pas en qualité d'enseignant mais comme membre à part entière. L'avantage de cette alternative, c'est qu'elle réduit la distance psychologique entre l'enseignant et les apprenants quand celui-ci abandonne son rôle autoritaire de correcteur pour parler « *avec les apprenants et non aux apprenants, se montre intéressé à ce que ceux-ci racontent, les aide et les encourage* » [12].

L'inconvénient de cette alternative, est que l'enseignant ne sera plus en mesure de juger, conseiller et aider les autres groupes.

[11] J. -L. Clark, Une approche communicative dans un contexte scolaire », 1981, p.37.
[12] S. –J. Savignon, Communicative competence, 1972, p. 69.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Le rôle de l'enseignant se résume dans la prise en compte des différents facteurs qui influencent l'aisance (leurs difficultés et leur manque de pratique dans l'utilisation de la langue étrangère).

Conclusion

Si l'on veut créer une atmosphère favorable à la mise en place d' (A.A), il faudra convaincre les enseignants, les apprenants et les institutions de la nécessité de ces activités, et leur rôle dans le développement de l'aisance langagière. Disposer d'un ensemble de savoirs linguistiques et culturels ne suffit pas pour pouvoir mettre en œuvre ces savoirs dans une situation donnée. Cela requiert un ensemble de savoir-faire, qui peuvent être développés dans des situations multiples et variées de production. En d'autres termes dans des activités axées sur l'acquisition de l'aisance.

4. Les documents authentiques

Ils fourniront un corpus d'apprentissage. Dans une pédagogie visant à l'acquisition d'une compétence de communication, l'utilisation de documents fabriqués paraît insuffisante. La découverte d'une langue authentique - c'est-à-dire réellement située dans un lieu, un moment, un groupe social- ne puisse se faire autrement que par le recours à des documents eux-mêmes authentiques. Leur variété, leur actualité en rendent l'utilisation motivante.

Il ne s'agit pas de limiter absolument les supports linguistiques aux documents authentiques mais il est évident que la pédagogie de la communication nous conduit à revoir ce qui, dans les supports, ne contribue pas à enseigner les formes avec leur emploi pragmatique et social.

5. L'utilisation des technologies

Les technologies font partie de l'univers de l'apprenant « *Disposer d'une salle de classe avec des chaises, des tables et un tableau n'est pas une donnée universelle* »[13]. Aujourd'hui un apprenant dispose de ses camarades de classe, du professeur, du papier, du manuel, de l'image, du son et de l'ordinateur. Il n'est pas acceptable aujourd'hui de faire comme si les technologies n'existaient pas, ou de nier leur intérêt. L'importance n'est pas l'outil, mais ce qu'on en fait, et ce en quoi il peut faciliter l'apprentissage.

5.1 L'image projetée

L'image est un élément de motivation, de créativité et de variété. Elle est un élément de motivation d'abord, parce qu'elle est perçue comme attrayante, proche de l'apprenant, de ses goûts et de ses préoccupations. Elle est immédiatement accessible à tous. C'est cette immédiateté qui permet à l'image de stimuler l'imaginaire des apprenants en leur fournissant un point d'appui à partir duquel peut se développer leur créativité.

Le rôle de l'image dans les méthodes audiovisuelles à l'époque de l'approche structuro globale était de porter le sens du texte au moment où tout passage par la langue maternelle était interdit. Dans le paradigme communicatif actuel, le rôle de l'image est plus étendu. Elle est utilisée globalement comme support pour favoriser l'expression orale. Elle sert de support à la créativité de l'apprenant en l'invitant à produire un discours à partir de l'image, en s'appuyant sur la nature polysémique des documents iconographiques et en respectant l'espace de liberté qu'elle offre de ce fait.

[13] Marie-Francoise Narcy-Combes, Devenir Professeur de Langue, 2005, P. 86.

5.2 Les supports audio et le laboratoire de langue.

5.2.1 Le magnétophone

Il fait partie de l'équipement de la classe de langue depuis l'avènement des méthodes audio-orales. Il permet à l'apprenant d'entendre d'autres voix que celle du professeur, donc d'autres accents, d'autres rythmes, d'autres niveaux de langue et donc avoir accès aux diverses variétés de langues existants. Grâce au magnétophone, l'apprenant peut écouter un énoncé, s'enregistrer, écouter de nouveau et comparer sa production. Effectuer individuellement, ces opérations laissent à chacun la liberté d'aller à son rythme.

5.2.2 Le laboratoire de langue.

Le laboratoire de langue se compose[14] d'une table de contrôle équipée d'un magnétophone piloté par l'enseignant et de cabines réservées aux apprenants, munis d'un casque d'écoute, auquel peut s'ajouter un micro. Ces cabines peuvent être également équipées de magnétophones individuels permettant aux apprenants d'enregistrer ce qu'ils disent et de contrôler ainsi leurs réponses. Un système d'intercommunication permet à l'enseignant d'intervenir à tout moment auprès des apprenants.

Les avantages du laboratoire de langues sont nombreux :
Les apprenants travaillent à leur rythme, c'est un moyen qui leur permet d'améliorer leurs performances en langue étrangère (compréhension et expression orales).
Il est possible de prévoir des tâches qui permettent aux apprenants de produire seuls, en binômes ou en petits groupes et de s'enregistrer, de façon à ce que le professeur puisse ensuite évaluer à son aise le travail fourni.

5.2.3 La vidéo

Certains documents vidéo permettent eux aussi un accès au sens immédiat. Ils sont un élément fort de variété pour les cours et de motivation pour les apprenants. La spécificité des textes visuels, c'est la multi modalité : Ils combinent en effet l'image et le son.

[14] J.-P Cuq, op.cit. P.146.

Dans une perspective communicative, le premier objectif de l'exploitation de la vidéo en salle de classe consiste à favoriser la production à l'oral. L'enseignant propose des activités susceptibles de déclencher la créativité des apprenants. Ce qui importe, c'est la création d'un texte, et non de trouver une quelconque « bonne réponse ». Le support vidéo sert surtout de déclencheur à l'envie de dire, à solliciter l'imaginaire des apprenants.

II. LA DIMENSION INTERCULTURELLE DANS L'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS SUR OBJECTIF(S) SPÉCIFIQUE(S)

1. L'importance du culturel dans le milieu professionnel

Toute négociation commerciale entre partenaires étrangers est avant tout contact humain et donc rencontre de cultures. À cet égard, l'enseignement efficace du français de l'économie et des finances ne peut se concevoir sans référence à la dimension culturelle. Il doit sensibiliser les étudiants aux pièges de la communication interculturelle pour une meilleure immersion dans le monde du travail. Selon le pays d'origine, il y a des différences considérables dans la façon dont sont perçus les rapports humains, les situations et les pratiques langagières. Ces facteurs, en effet, sont le produit de toute une culture dont la langue ne constitue qu'un aspect. Le transfert des règles d'utilisation est une somme permanente de malentendus.

Exemple : Il se peut qu'il existe le même concept d'une certaine fonction langagière dans une situation donnée (par exemple : la demande polie), mais que sa réalisation linguistique diffère dans les deux langues. En français, une demande polie peut s'exprimer au moyen d'une forme interrogative contenant le verbe pouvoir au conditionnel « vous pourriez me dire l'heure ? ». La même demande polie se formule peut-être avec un impératif dans la langue de l'autre partenaire. Si celui-ci établit une équivalence entre la forme impérative de sa langue maternelle et l'impératif français (Dites-moi l'heure), il se peut qu'il transfère d'une langue à l'autre « ses règles d'utilisation » de l'impératif et que par là même il ne communique pas efficacement car le français qui l'écoute le jugera peut-être impoli.

Cet exemple illustre une forme d'incompréhension manifeste entre partenaires (commerciaux), incompréhension de type culturel ou plutôt interculturel. Par culture, on entend les idées préconçues sur la manière dont on doit se conduire et faire les choses, opinions qui sont les nôtres et que l'on croit à tort universelles et qui nous font, mal juger, nos interlocuteurs tout simplement parce que, croit-on, ils ne les respectent pas.

On pourrait parler de différences de style conversationnel qui sont essentiellement comme les appellent les anthropologues culturels américains des « *hidden differences* » [15] mais qui peuvent vous aliéner un partenaire commercial si vous n'êtes pas préparé à ce côté caché de la communication et donc aussi de la communication professionnelle pour laquelle il faut souvent aller vite et qui ne donne donc que peu de temps aux « réparations » éventuelles. Les « ratés » de la transmission et de la réception du message ont une même origine, que l'on situe généralement dans la mise en présence de cultures différentes.

Nous voulons simplement montrer que si l'on se donne pour objectif d'enseigner une langue comme elle se parle vraiment, on doit faire intervenir le contexte social et culturel. En d'autres termes, ce qu'il faut apprendre ce n'est pas « la langue » mais « la communication ».

L'introduction de la dimension culturelle dans l'enseignement du français sur objectifs spécifiques prouve l'importance des aspects culturels dans l'apprentissage d'une langue étrangère, une importance pourtant minimisée dans l'enseignement dispensé. Alors que la sensibilisation à la dimension culturelle est, paradoxalement, plus importante dans un milieu professionnel en ce qu'elle peut permettre d'éviter des malentendus et des tensions qui, mal gérés car mal compris, peuvent mener à une rupture de contacts commerciaux dans le cas où les étudiants auraient à négocier avec des partenaires francophones ou bien à une difficulté à s'adapter dans le cadre d'une entreprise française. C'est pourquoi, on privilégie très tôt, les

[15] Hall Edward T., Reed Hall Mildred, Understanding cultural differences: Germans, French and Americans, Yarmouth, 1990, p. 196.

rencontres afin d'esquisser les spécificités de l'entreprise et de la relation commerciale. Une prise de conscience des différences, qui peuvent exister au niveau culturel, devient donc de plus en plus indispensable.

On pourrait dire qu'une véritable compétence communicative requiert non seulement l'apprentissage du code linguistique, mais aussi la connaissance et la pratique des autres composantes, notamment sociolinguistiques et socioculturelles. L'apprentissage de la langue et de la culture vont de paire à tous les niveaux, et l'une ne se fait pas sans l'autre, si le but est une compétence de communication.

2. Enseignement de la culture

L'apprentissage d'une langue, ne se contente pas d'accumuler des connaissances sur la langue « *Nul ne peut éprouver d'émotion, et donc penser authentiquement, dans une langue artificielle* »[16]. On apprend à la parler, à l'utiliser pour communiquer, de même, il ne suffit pat d'acquérir des connaissances à propos d'une culture, il est aussi nécessaire d'apprendre à faire face aux différences culturelles pour savoir communiquer efficacement avec des personnes appartenant à des cultures différentes.

La question qui se pose est de savoir comment enseigner une façon de voir le monde différent de la nôtre ? L'éveil à la culture étrangère est l'un des grands objectifs de l'enseignement des langues. Enseigner la culture, c'est conduire à la découverte de l'autre, à la compréhension de sa différence, et donc au développement de l'esprit de tolérance. Le lien entre culture et communication est clairement établi, et il convient de dire de ce fait, que les apprenants acquièrent une capacité à interagir de manière efficace dans un environnement multiculturel, ce qui conduit à les sensibiliser au fait que la connaissance des règles de fonctionnement de la langue n'est pas suffisant pour assurer la compétence de communication et que cette dernière suppose des compétences socioculturelles et interculturelles.

[16] J.-M Valdès, Culture Bound, 1985, p.1.
"No one can feel, or there for think deeply, in an artificial language"

Face à la nécessité d'accorder une plus large place au culturel, à toute cette dimension cachée porteuse d'incompréhension et de malentendus nuisibles aux bonnes relations commerciales, les enseignants devraient être amenés à proposer un parcours qui permette à leurs apprenants d'être capable de **reconnaître** et **analyser** les différences culturelles. Aussi de développer le recul nécessaire à la compréhension de l'autre, et de mettre en œuvre des capacités linguistiques et comportementales adaptées au contexte culturel du domaine dans lequel ils comptent interagir. Les manuels devraient s'assurer que l'image culturelle de la société qu'ils projettent reflète bien les variations sociales et la dimension multiculturelle de la société qu'ils veulent représenter. Le film et l'œuvre littéraire sont les meilleurs supports pour y parvenir.

3. Les composantes clés d'une culture

Dans l'enseignement d'une langue étrangère, décrire le comportement, les institutions d'une société n'est pas suffisant. C'est en favorisant chez les apprenants la prise de conscience de leur propre fonctionnement et du fonctionnement des autres cultures que l'enseignant peut jouer un rôle dans la construction d'un monde moins violent et plus tolérant. Comment y parvenir ?

Des ethnologues ont distingué des composantes principales qui constituent autant de clés pour permettre aux apprenants d'appréhender les notions liées à l'interculturel pour comprendre et déchiffrer le comportement de l'étranger. L'anthropologue, E. Hall[17] distingue culture à contexte fort, et culture à contexte faible, et s'est penché sur les variations des conceptions du temps et de l'espace selon les cultures.

Les cultures à contextes forts : dans les cultures à contexte fort, le sens du message est implicite. Le sens ne passe pas nécessairement par les mots, cela implique, que dans ces cultures, il n'est point besoin de tout dire, puisque le

[17] T. Hall Edward, Beyond Culture, 1976.

contexte est plus riche de sens. On peut ne rien dire, ou utiliser un code non verbal très raffiné, ou encore dire quelque chose tout en signifiant autre chose.

Les cultures à contextes faibles : Dans les cultures à contexte faible, le sens du message est explicite et l'information est indépendante du contexte dans lequel la communication a eu lieu. Le sens passe nécessairement par les mots, ces cultures donnent la priorité à la tâche à accomplir plutôt qu'aux relations humaines.

Exemple : Touk, employé d'une entreprise américaine (les États-Unis sont classés dans les cultures à contexte faibles) annonce à son patron que son frère arrive de Thaïlande (pays classé dans les cultures à contexte fort) le vendredi suivant. Le vendredi arrive, le patron lui demande de rester pour terminer un travail. Ce dernier est profondément blessé. Le patron ne comprend pas.

Pour Touk, le patron aurait dû comprendre que son frère venant de si loin, il aurait souhaité passer la soirée avec lui (contexte fort : implicite). Pour le patron, Touk aurait dû expliciter sa demande clairement : Puis- je quitter l'entreprise à 17 heures vendredi ? (Contexte faible : explicite).

Cultures implicites à contexte fort	Cultures explicites, à contexte faible
• Information intériorisée ou issue de la situation	• Information par messages explicites
• Indication verbale entre les lignes	• Information spécifique
• Accent sur la communication orale	• Accent sur la communication écrite

Les cultures germaniques, scandinaves et américaines sont explicites, tandis que les cultures latines sont plus implicites (France, l'Angleterre) alors que les cultures asiatiques peuvent être extrêmement implicites (Moyen-Orient, Chine, Japon)

Un autre aspect extrêmement intéressant, mis en valeur par Hall, est le temps, il considère qu'il existe des cultures polychrones et monochrones

Rapport-Gratuit.com

Cultures polychrones : dans ces cultures, il est possible de faire plusieurs choses à la fois, l'organisation du temps est flexible. Les dates butoirs ne sont pas nécessairement immuables, comme dans les pays d'Amérique latine ou les pays arabes, où changer la date d'un rendez-vous et où les interruptions dans les réunions paraissent acceptables.

Cultures monochrones : Les choses se font l'une après l'autre, l'organisation du temps est rigide. Une date butoir doit être respectée, tout comme l'ordre du jour d'une réunion. C'est le cas de l'Allemagne, des pays Scandinaves**,** des Etats-Unis d'Amérique. Pour ces cultures, le temps c'est de l'argent.

Cultures polychrones	Cultures monochrones
• Tâches simultanées • Interruptions et changements admis • Les relations entre individus priment • Programmes et projets peuvent être modifiés • Priorité aux proches • Relations intenses et durables	• Une chose à la fois • On se consacre exclusivement à une tâche • L'exécution de la tâche prime • Les programmes sont scrupuleusement suivis • Réserve à distance on ne dérange pas • Relations plus superficielles et éphémères

L'espace ou la bulle personnelle dans laquelle on vit est un élément culturel important. L'accès, dans cette bulle personnelle, est interdit, sauf aux plus intimes, ou alors restreints et limités. La distance ou la proximité, à laquelle on peut confortablement discuter avec une autre personne, varie d'une culture à l'autre. En effet, un Français discutant avec un Américain aura tendance à s'approcher, jusqu à une distance confortable pour lui, mais inconfortable pour l'Américain qui, se sentant menacé, reculera. Dans le même ordre d'idées, le contact physique, tel que s'embrasser pour dire bonjour ou toucher pour accentuer un point, sera plus ou moins normal ou fréquent selon les cultures.

Pour conclure, il faut cependant insister sur le fait qu'en matière de différences culturelles, on n'est jamais dans une situation dichotomique, mais

plutôt, sur une ligne continue, sur laquelle on se situe tantôt, plus d'un coté, tantôt plus de l'autre.

En résumé, développer la dimension interculturelle de l'enseignement des langues, c'est reconnaître les objectifs suivants : faire acquérir à l'apprenant une compétence, aussi bien interculturelle que linguistique ; le préparer à des relations avec des personnes appartenant à d'autres cultures ; permettre à l'apprenant de comprendre et d'accepter ces personnes « Autres » en tant qu'individus ayant des points de vue, des valeurs et des comportements différents et enfin, aider l'apprenant à saisir le caractère enrichissant de ce type d'expériences et de relations.

Conclusion

En conclusion, nous pensons que toute proposition de procédures didactiques nouvelles, dont la ligne directrice est l'individualisation de l'enseignement en vue de l'acquisition d'une compétence de communication nécessite, des choix linguistiques (le contenu linguistique pourra s'élaborer essentiellement à partir des documents authentiques) et des choix méthodologiques qui donneront une large place à toutes les tâches qui laissent libre cours à l'imagination pour ce qu'elle autorise d'expression personnelle et créative.

Si l'objectif de notre enseignement est l'acquisition par les apprenants d'une compétence de communication, il est indispensable de tenir compte de cet aspect social et culturel qui nous oblige à dépasser l'aspect purement linguistique de notre enseignement, afin d'ouvrir l'esprit et le cœur de nos apprenants sur le monde francophone, à développer leur éveil aux cultures, aux modes de vie et de pensée des autres.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Chapitre 3

Analyse des besoins

Introduction

Comme nous l'avons déjà vu au premier chapitre, qu'à la différence de la méthodologie classique, l'approche dite français sur objectifs spécifiques impliquait « *une pédagogie centrée sur l'apprenant et sur ses besoins langagiers* »[1]. L'investigation qui se trouve toujours à la base d'un programme de formation a pour objet de cerner les besoins langagiers que l'apprenant doit satisfaire. Cette notion de « besoins langagiers » se trouve au centre de toute réflexion sur les pédagogies à orientation fonctionnelle.

Partant du fait qu'il n'existe pas un public universel, mais des publics de nature très variée, la détermination des objectifs d'apprentissage ne pourra se faire que par une analyse cas par cas des besoins de chacun. Il est donc impératif d'identifier les besoins, dans la mesure où le contenu des cours et leurs méthodologies dépendront pour une large part de l'usage que l'apprenant fera de la langue.

[1] Louis Porcher, « *Une notion ambiguë » : les besoins langagiers »* 1977, pp.1-12.

I. PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON DE L'ANALYSE

Afin de cueillir des données utiles par rapport à l'objectif visé, nous pensons qu'une enquête va nous permettre de résoudre le problème posé, de vérifier nos hypothèses et de cerner les besoins langagiers que l'apprenant doit satisfaire en priorité.

La collecte des informations concernant l'échantillon à analyser a été réalisée grâce à une enquête qui s'est déroulée la fin du mois de février et s'est étalée jusqu'an mois d'avril.

Au départ, nous avions l'intention de travailler sur les étudiants de la deuxième année tronc commun et les enseignants du département des sciences économiques, Faculté de Droit et Sciences Économiques université de Béjaia. Mais lors de notre enquête, nous avons appris que tous les cours de français au département étaient assurés par un seul et même enseignant. C'est là que nous avons pris la décision d'élargir notre échantillon et de travailler aussi sur le département (étudiant et enseignant) des Sciences Économiques université de Sétif. Ce choix se justifie par la volonté de rassembler un corpus présentant suffisamment de variables pour l'analyse.

L'entreprise portuaire de Béjaia (E.P.B) fait partie de notre corpus d'analyse. C'est une entreprise ouverte sur l'international et où à 80 % des cadres recrutés sont des économistes. Le lieu de travail (l'entreprise) représente donc une part essentielle du futur environnement de nos apprenants. C'est là qu'ils passeront la plus grande partie de leur temps, là qu'ils peuvent ressentir un vif besoin de communiquer et c'est donc là qu'ils auront le plus l'occasion de réinvestir dans la pratique ce qu'ils auront appris.

Pour constituer notre corpus, nous avons eu recours à deux méthodes de recueil de données. D'une part, le questionnaire et d'autre part, l'observation :

- L'observation de classe pour nous permettre de rendre compte des interactions verbales qui se produisent
- L'observation de postes de travail afin de déterminer les fonctions langagières qui doivent être maîtrisées en priorité pour une connaissance efficace.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

II. DESCRIPTIONS DES QUESTIONNAIRES

1. Questionnaire étudiant

L'intérêt principal de ce questionnaire est de nous permettre de cerner les difficultés des apprenants de mieux analyser leurs besoins et d'orienter prioritairement l'enseignement du français de l'économie sur les situations de communication auxquelles sera confronté l'apprenant ultérieurement, dans son activité professionnelle.

Première partie du questionnaire : Informations générales

Cette partie contient sept questions (Q1…Q7). Les questions posées dans cette partie ont pour objectif de nous permettre d'avoir une idée sur le rapport au français et à quel point, cette langue fait partie ou non de l'environnement des apprenants.

- **Deuxième partie du questionnaire : Apprentissage du français**

Cette partie est composée de six questions (Q8…Q13). L'objectif des questions posées dans cette partie est de nous permettre d'avoir une idée sur le passé pédagogique de ces apprenants et de prendre connaissance de l'idée qu'ils se font de leur niveau en français et de leurs besoins langagiers.

L'analyse des besoins s'appuie dans un premier temps sur leur parcours scolaire, puis le questionnaire s'oriente sur les études universitaires et sur ce que les étudiants attendent des cours de l'université afin de remédier à leurs difficultés. Il s'agit de tenter d'identifier la perception que l'apprenant a de ses carences linguistiques pour l'accès au domaine professionnel.

- **Troisième partie du questionnaire : Le cours de français.**

Cette partie du questionnaire inclut dix questions (Q14…Q22). Elle nous semble la plus importante parce qu'elle va nous permettre de réunir des données sur leurs habitudes d'apprentissage. L'analyse de cette partie devrait nous donner des éléments de réponse concernant les difficultés rencontrées par les étudiants du département des sciences économiques au niveau de l'expression orale.

- **Quatrième partie du questionnaire : Suggestions (Q23)**

Dans cette partie, les étudiants sont invités à nous proposer leurs suggestions pour adapter au mieux le cours de français à leur formation.

2. Questionnaire enseignant

Le questionnaire est composé de quatre parties :

- **Première partie : Informations générales.**

La partie informations générales est composée de quatre questions (Q1…Q4) qui portent sur :

- Le statut de l'enseignant qui assure le module du français de l'économie.
- Le nombre d'années dans l'enseignement de français.
- Le volume horaire hebdomadaire assuré pour chaque groupe d'apprenants.

- **Deuxième partie** : **Relation enseignement- apprentissage.**

Cette partie qui comporte six questions (Q5 …Q10) a pour objectif de nous informer à quel point, la méthodologie d'enseignement / apprentissage appliquée est responsable ou pas des difficultés éprouvées chez nos apprenants au niveau de l'expression orale.

- **Troisième partie : Utilisation de méthodes et d'outils didactiques en général**.

Nous avons élaboré dans cette partie quatre questions (Q11…Q14) qui pourraient, à notre avis, répondre à cette question :

La méthodologie reconnue dans l'enseignement du français de l'économie dans les deux départements permet-elle l'apprentissage de la communication professionnelle ?

- **Quatrième partie** : **Suggestions (Q15)**

Dans cette partie l'enseignant est invité à inscrire des suggestions qui pourraient aider à améliorer l'enseignement du français de spécialité.

3. Questionnaire entreprise

Nous pensons que pour organiser notre enseignement en fonction des besoins des apprenants, nous devons absolument étudier et vivre la réalité sociale de leur futur lieu de travail (L'entreprise).

Le questionnaire est d'avantage ciblé sur la pratique professionnelle, les tâches à accomplir et les situations de communication avec les partenaires francophones.

Nous souhaitions savoir en s'interrogeant sur l'usage du français, qu'elle est la langue opérationnelle utilisée dans cette entreprise.

Nous nous sommes demandée, si l'entreprise faisait un choix explicite en matière de langue. Nous nous sommes également interrogée sur les problèmes que peuvent rencontrer au quotidien les cadres (nouveaux) de cette entreprise en ce qui concerne l'usage du français.

À travers ce questionnaire, nous souhaiterions acquérir une connaissance intime du lieu de travail afin d'être capable de définir aux mieux les objectifs généraux de la formation universitaire et d'évaluer les attentes de l'entreprise.

III. ANALYSE DES QUESTIONNAIRES

1 . ANALYSE DU QUESTIONNAIRE ÉTUDIANT

Tableau 1 : Nombre d'étudiants et de questionnaires à analyser

Département	Université de Béjaia	Université de Sétif
Nombre d'étudiants	570	800
Nombre de questionnaires remis	400	660
Nombre de questionnaires collectés	258	474
Nombre de questionnaires à analyser	258	432

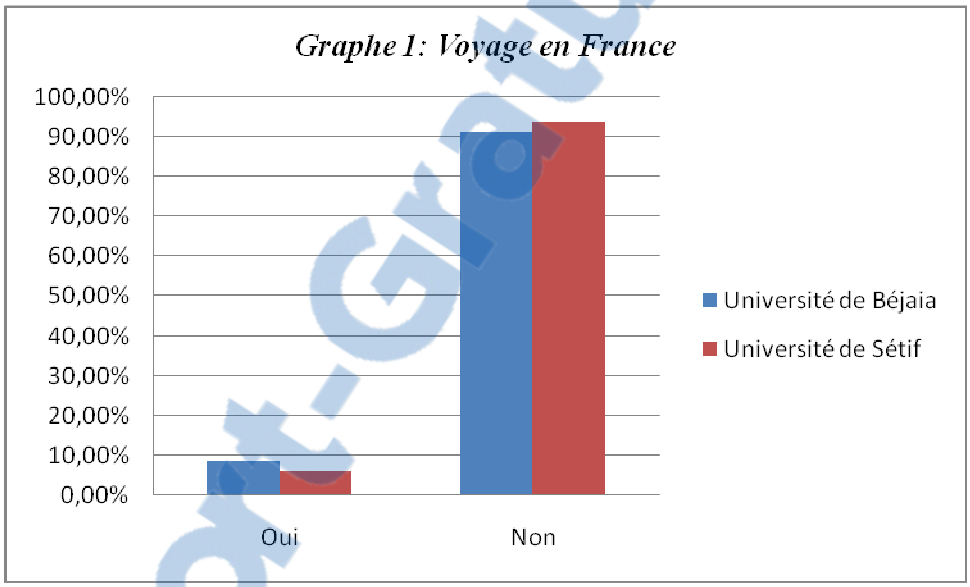
PREMIÈRE PARTIE : INFORMATIONS GÉNÉRALES

Question 1 : Avez-vous déjà voyagé en France ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 2 : Voyage en France

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	22	8,53%	27	6,25%
Non	236	91,47%	405	93,75%
Total	**258**	**100%**	**432**	**100%**



Commentaire

Concernant l'université de Bejaia, 8,53 % des apprenants ont répondu par oui et 91,47 % ont répondu par non. Pratiquement les mêmes résultats sont observés chez les apprenants de l'université de Sétif comme l'illustre clairement le tableau 02 : 6,25 % des apprenants ont répondu par oui et 93,75 % ont répondu par non.

Comme on peut le constater donc à travers le graphe, trop peu de nos apprenants ont eu l'occasion de visiter le pays de la langue-cible.

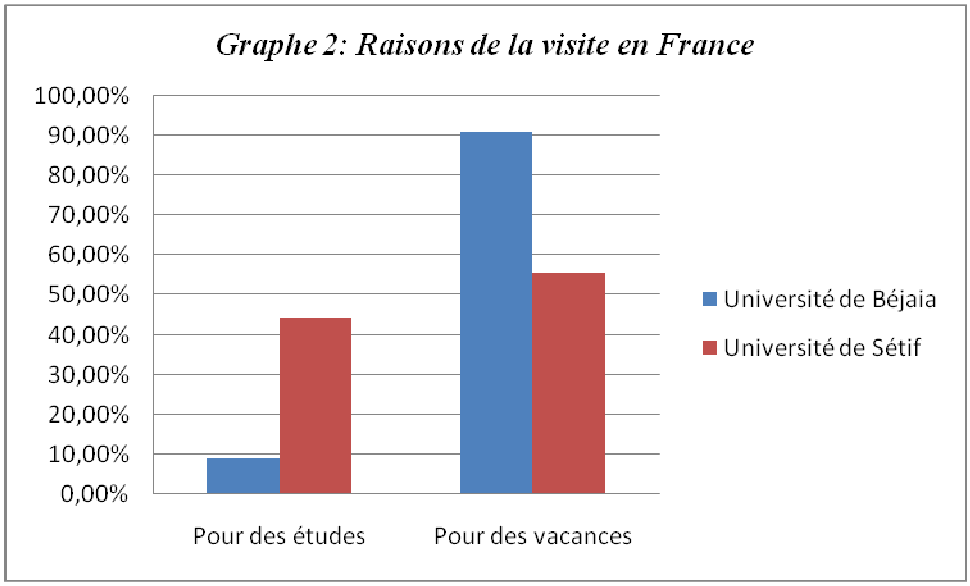
Rapport-Gratuit.com

Question 2 : Si c'est oui, dites si c'était :

- ❑ ***a.*** Pour des études
- ❑ ***b.*** Pour des vacances
- ❑ ***c.*** Autres, merci de préciser

Tableau 3 : Raisons du séjour

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Pour des études	2	9,09%	12	44,44%
Pour des vacances	20	90,91%	15	55,56%
Total	**22**	**100%**	**27**	**100%**



Commentaire

Pour les raisons de la visite en France, 9,09 % des apprenants de l'université de Bejaia qui sont allés en France sont partis pour des études et 90,91 % pour des vacances. Pour l'université de Sétif, 44,44 % des apprenants ont répondu que cela concerne les études et 55,56 % ont pour des vacances.

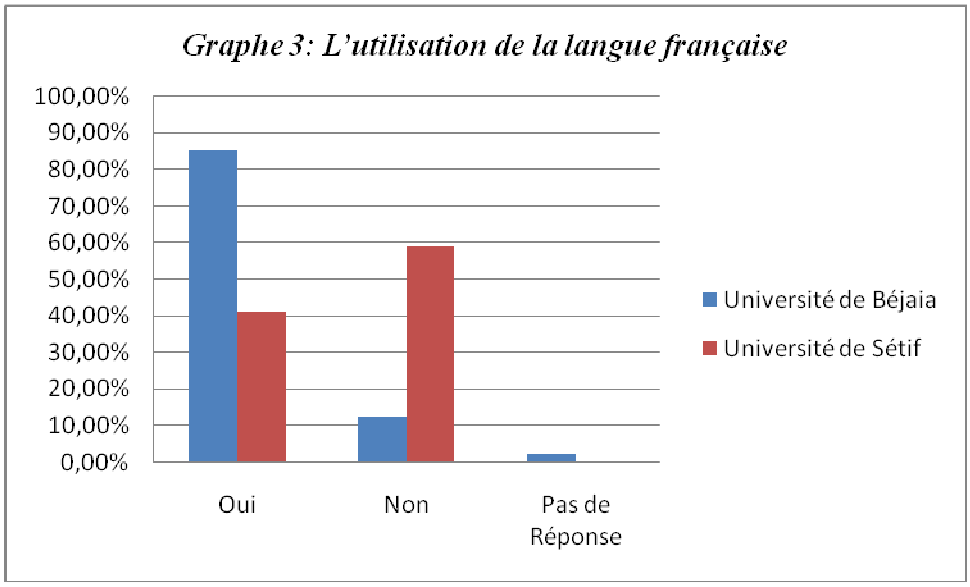
À travers le graphe 02, nous pouvons conclure que les déplacements en France, sont motivés aux vacances.

Question 3 : Est-ce que vous parlez français en dehors des cours de français ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 4 : L'utilisation de la langue française

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	220	85,27%	177	40,97%
Non	32	12,40%	255	59,03%
Pas de Réponse	6	2,33%	0	0%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire :

D'après les résultats obtenus dans le tableau 03, la plupart des étudiants de l'université de Béjaia, soit 85,27 % parlent le français en dehors des cours. Il n'y a que 12,40 % des apprenants qui ne l'utilisent pas. Nous constatons que 2,33 % des apprenants n'ont pas répondu à la question. Contrairement à l'université de Sétif où la plupart des apprenants, soit 59,03%, ont répondu par non. Les autres apprenants, 40,97 % ont répondu par oui. Le français est beaucoup plus répandu, chez les apprenants de l'université de Bejaia, comme l'illustre clairement le graphe.3

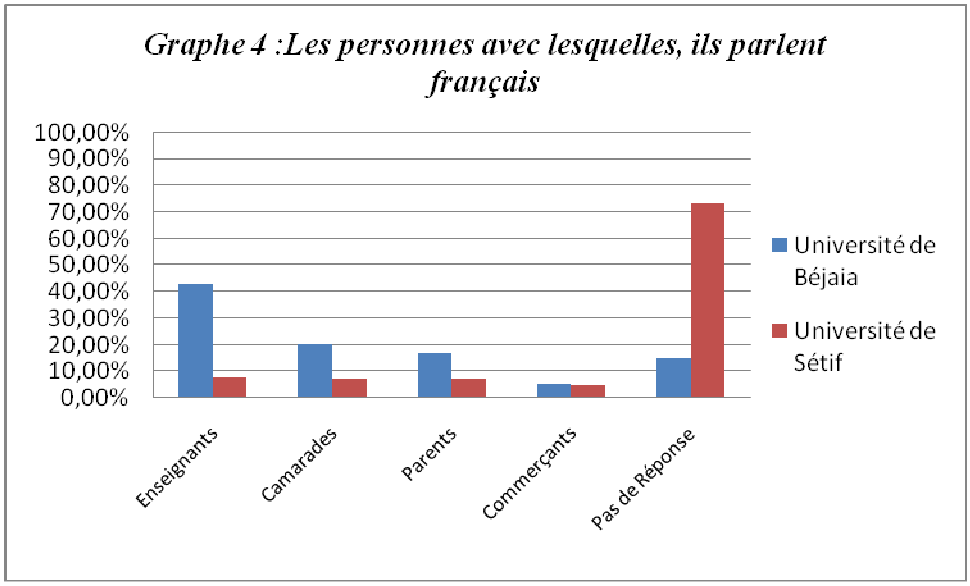
Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Question 4 : Si oui, avec qui parlez- vous ?

- ❑ ***a.*** Enseignants
- ❑ ***b.*** Camarades
- ❑ ***c.*** Parents
- ❑ ***d.*** Commerçants

Tableau 5 : Les personnes avec lesquelles, ils parlent français

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Enseignants	110	42,64%	33	7,64%
Camarades	52	20,16%	30	6,94%
Parents	44	17,05%	31	7,18%
Commerçants	14	5,43%	21	4,86%
Pas de réponse	38	14,73%	317	73,38%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Pour les étudiants de l'université de Bejaia, le français est davantage utilisé avec les enseignants : 42,64 % des apprenants ont opté pour cette première réponse. 20,16 % parlent le français avec leurs camarades. Le nombre d'apprenants qui parlent français avec leurs parents est de 17,05%. Seulement 5,43 % des apprenants parlent français avec les commerçants. Nous avons enregistré 14,73 % de sans réponses. Les mêmes résultats sont presque constatés, chez les étudiants de l'université de Sétif. C'est avec les enseignants que les apprenants parlent davantage le français soit 7,64%. On s'aperçoit que 6,94 % des apprenants parlent

le français avec leurs camarades. Le même pourcentage est observé avec les parents, 7,18%. Peu d'apprenants 4,86 % utilisent le français avec les commerçants. Nous avons enregistré 317 cas sans réponse, cela pourrait être expliqué par le fait que la langue-cible n'est pas du tout pratiquée par ces apprenants.

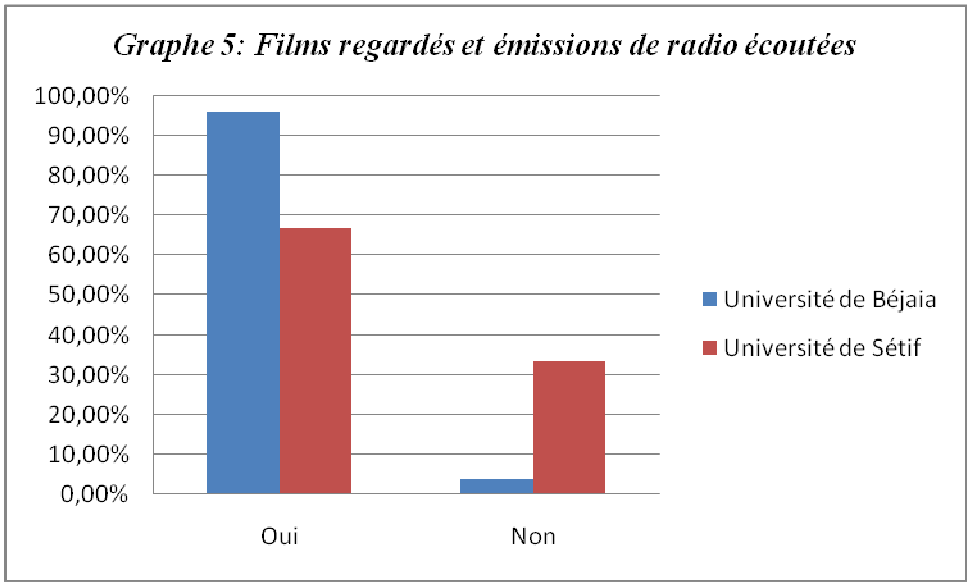
C'est avec les enseignants que les apprenants utilisent plus le français. Il reste que cette langue est plus parlée chez les étudiants de l'université de Béjaia. Le nombre de sans réponses constaté dans le graphe 4, en est la preuve.

Question 5 : Regardez- vous des films ou écoutez-vous à la radio des émissions, en français ?

❑Oui
❑Non

Tableau 6 : Films regardés et émissions de radio écoutées

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	248	96,12%	288	66,67%
Non	10	3,88%	144	33,33%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Le nombre de réponses positives à l'université de Béjaia est de 96,12%. Il n'y a que 3,88 % des apprenants qui ont répondu par non. Pour l'université de Sétif, nous

avons 66,67 % de réponses affirmatives alors que 33,33 % des apprenants ont répondu négativement.

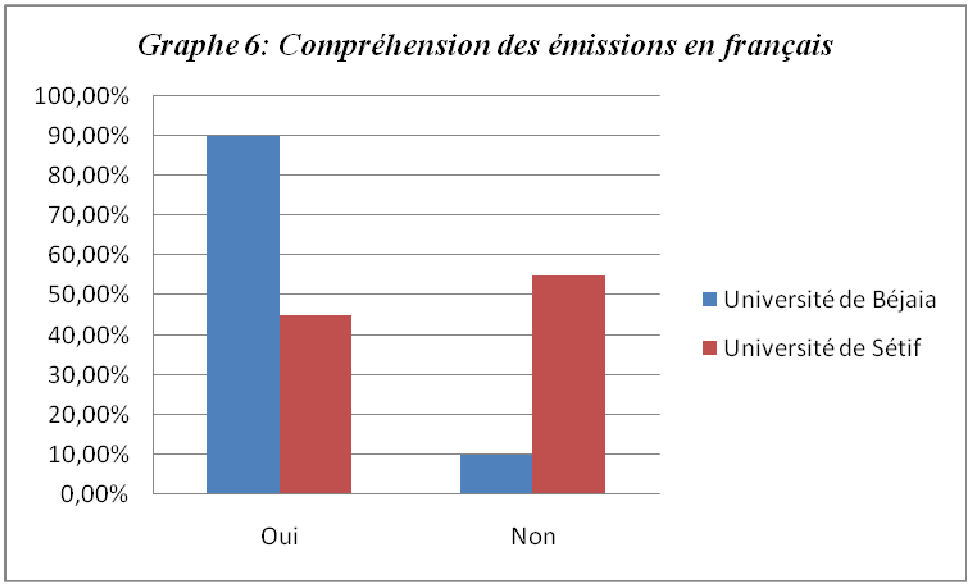
La plupart de nos apprenants regardent et écoutent des émissions en français, comme nous pouvons le constater à travers le graphe 5.

Question 6 : Si oui, les comprenez-vous ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 7 : Compréhension des émissions en français

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	232	89,92%	195	45,14%
Non	26	10,08%	237	54,86%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

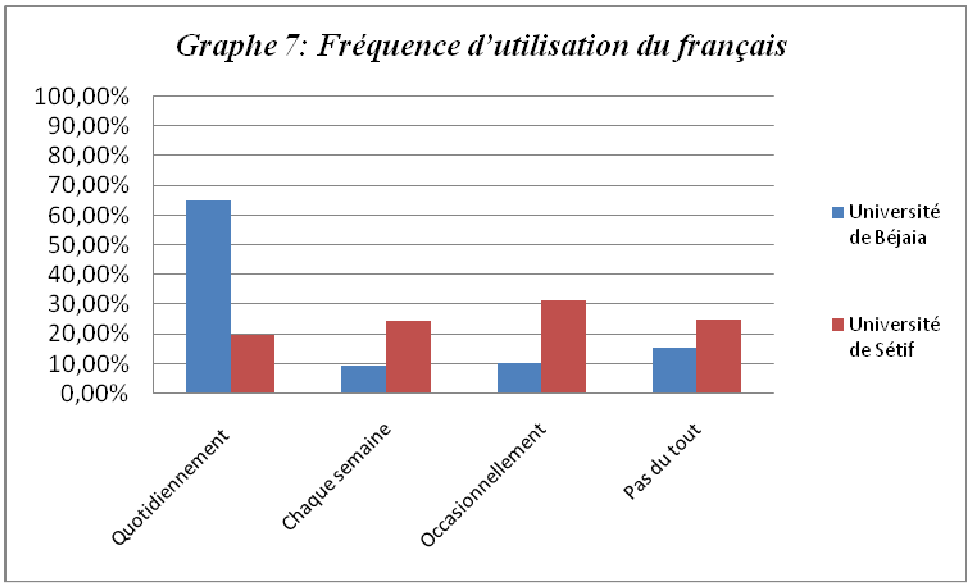
La majorité des apprenants de l'université de Béjaia ont répondu par oui à 89,92%. Le nombre d'apprenants qui ont répondu par non est de 06,20%. Ce qui n'est pas le cas pour les apprenants de l'université de Sétif où le nombre de non est plus élevé que le nombre de oui : 54,86 % ont répondu négativement et 45,14 % ont répondu positivement.

Question 7 : Qu'elle est votre fréquence d'utilisation du français ?

- ❑Quotidiennement
- ❑Chaque semaine
- ❑Occasionnellement
- ❑Pas du tout

Tableau 8 : Fréquence d'utilisation du français

Département	**Université de Béjaia**		**Université de Sétif**	
Quotidiennement	168	65,12%	84	19,44%
Chaque semaine	24	9,30%	105	24,31%
Occasionnellement	26	10,08%	135	31,25%
Pas du tout	40	15,50%	108	25,00%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Parmi les apprenants questionnés à l'université de Bejaia sur la fréquence d'utilisation du français, 65,12% ont répondu quotidiennement. 09,30 % des apprenants le font chaque semaine (pendant le cours de français), et 10,08 % ont en une pratique occasionnelle. Nous avons 15,5 % qui ne parlent pas du tout le français. Par contre, à l'université de Sétif, le pourcentage des apprenants qui parlent quotidiennement le français est très réduit puisque 19,44 % seulement ont opté pour cette réponse. 24,31 % des apprenants ont répondu que c'est chaque semaine. C'est pour la réponse « occasionnellement » qu'on a enregistré le taux le

plus élevé qui est de 31,25%. Quant au reste des apprenants, 25%, ils ne parlent pas du tout le français.

Le français est presque parlé quotidiennement par la plupart des apprenants de l'université de Béjaia. Par contre, on ne le parle qu'occasionnellement à l'université de Sétif, comme l'illustre le graphe 7.

DEUXIÈME PARTIE : APPRENTISSAGE DU FRANÇAIS

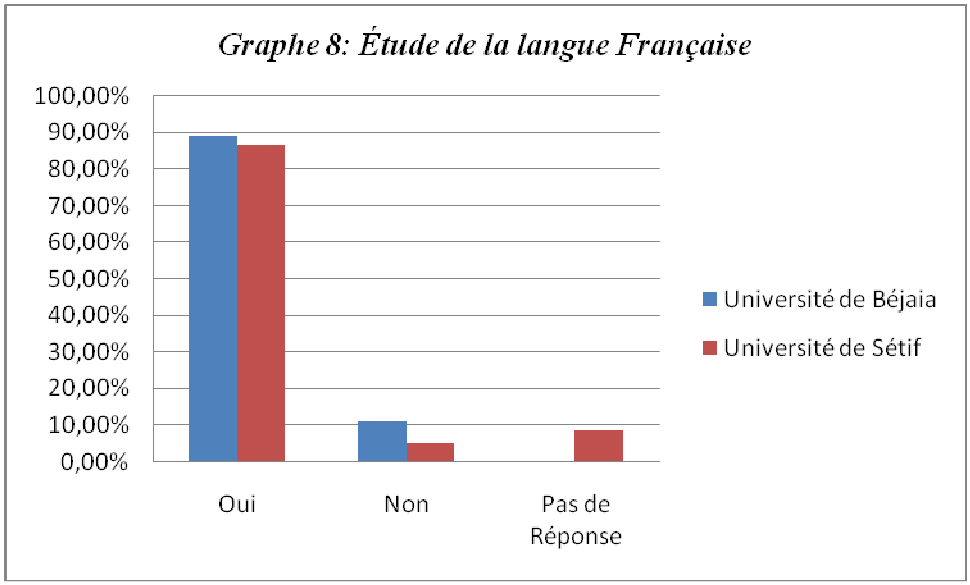
a. Parcours scolaire

Question 8 : Avez-vous déjà étudié le français ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 9 : Étude de la langue Française

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	230	89,15%	375	86,81%
Non	28	10,85%	21	4,86%
Pas de réponse	0	0%	36	8%
Total	258	100,00%	432	100,00%



Commentaire

Les résultats obtenus dans le tableau 9 montrent que l'écrasante majorité des répondants à la question, c'est-à-dire 89,15 % des apprenants de l'université de Bejaia ont affirmé qu'il l'étudie et seulement 10,85 % ont répondu négativement.

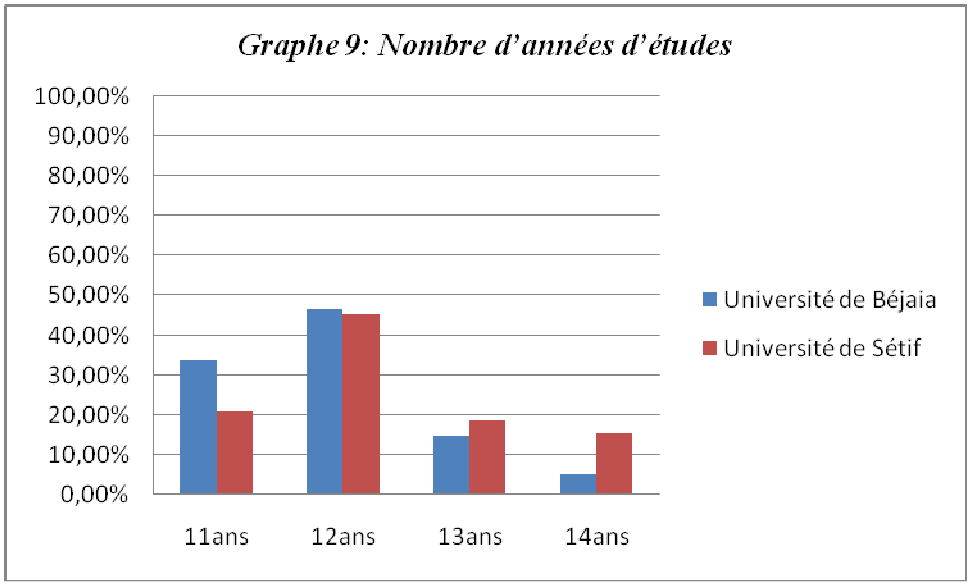
C'est presque les mêmes résultats qui ont été obtenus à l'université de Sétif : 86,81 % des apprenants ont répondu positivement et 4,86 % des apprenants ont répondu négativement.

On constate que c'est presque la totalité des nos apprenants qui ont déjà étudié le français, comme l'indique le graphe 8.

Question 9 : Si oui, pendant combien d'années ?

Tableau 10 : Nombre d'années d'études

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
11ans	87	33,72%	90	20,83%
12ans	120	46,51%	195	45,14%
13ans	38	14,73%	81	18,75%
14ans	13	5,04%	66	15,28%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Le nombre d'années d'études varie entre 11 et 14 ans. Pour l'université de Bejaia, 33,72 % des apprenants ont étudié le français pendant 11 ans. 46,51 % dès l'ont étudié pendant 12 ans. 14,73 % pendant 13 ans. Et enfin 5,04 % des apprenants pendant 14 ans. Pour l'université de Sétif, nous avons 20,83 % des apprenants qui ont étudié le français pendant 11 ans. 45,14 % pendant 12ans.

18,75 % ont étudié le français pendant 13ans. Et enfin, pour 15,28 % apprenants cela a duré 14ans.

Par conséquent, la moyenne du nombre d'années étudiées en français est de 12ans. (Voir graphe 9)

Question 10 : Auprès de quel type d'établissement ?

- ❑ ***a.*** À l'école primaire.
- ❑ ***b.*** Au moyen.
- ❑ ***c.*** Au lycée.
- ❑ ***d.*** À l'université.
- ❑ ***e.*** Dans un établissement privé.

Tableau 11 : Type d'établissement

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
À l'école primaire	258	100,00%	432	100,00%
Au moyen	258	100,00%	432	100,00%
Au lycée	258	100,00%	432	100,00%
A l'université	258	100,00%	432	100,00%
Dans un établissement privé	34	13,18%	26	6,02%

Commentaire

Pour cette question, et comme on peut le constater à travers le tableau 11, 100 % apprenants des deux universités ont suivi leurs études dans des établissements publics à savoir, l'école primaire, le moyen, le lycée et l'université. Nous avons également remarqué que certains apprenants, en plus de l'école publique, ont suivi des cours de français dans des écoles privées.100% des apprenants ont étudié le français, de l'école primaire jusqu'à l'université. De certains et on constate un nombre apprenants qui tentent d'améliorer leur niveau de français dans des écoles privées.

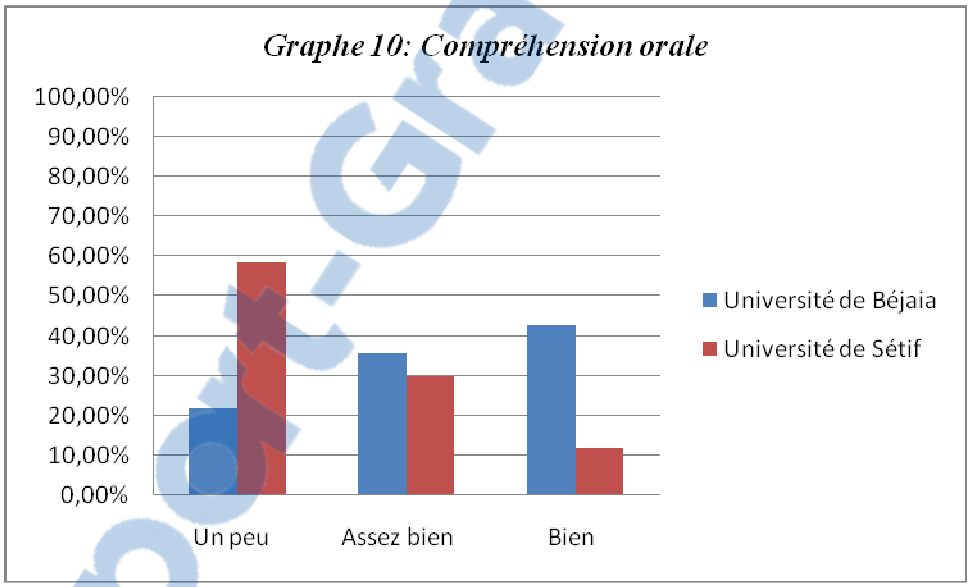
Question 11 : Qu'est- ce que vous savez faire dans cette langue ?

❑Comprendre l'oral ❑Un peu ❑Assez bien ❑Bien
❑Parler ? ❑Un peu ❑Assez bien ❑Bien
❑Comprendre l'écrit ❑Un peu ❑Assez bien ❑Bien
❑Écrire ? ❑Un peu ❑Assez bien ❑Bien

a. Comprendre l'oral

Tableau 12 : Compréhension orale

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Un peu	56	21,71%	252	58,33%
Assez bien	92	35,66%	129	29,86%
Bien	110	42,64%	51	11,81%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

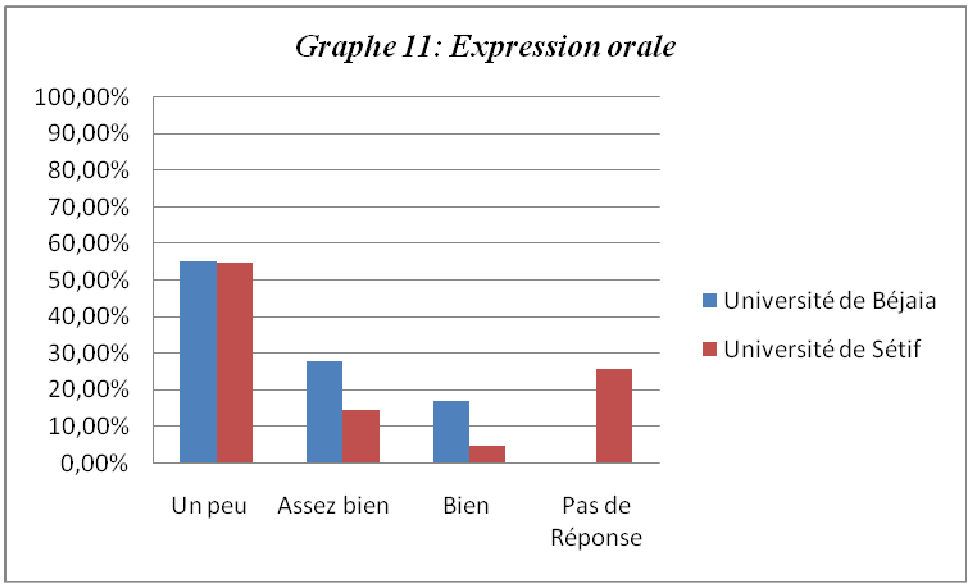
L'examen du tableau 12, indique que 42,64 % des étudiants de l'université Bejaia disent bien comprendre l'oral. 35,66 % des répondants optent pour « assez bien» et 21,71 % des apprenants « comprennent un peu». L'inverse est constaté chez les apprenants de l'université de Sétif où nous n'avons que 11,81 % des apprenants qui comprennent « bien», et 26,86% «assez bien». Tandis que la majorité des étudiants de Sétif c'est-à-dire 58.33 % comprennent « un peu ». En conclusion nous pouvons noter que la plupart des apprenants se disent comprendre « assez bien» l'oral «voir le graphe 10 ».

Rapport-Gratuit.com

b. Parler

Tableau 13 : Expression orale

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Un peu	142	55,04%	237	54,86%
Assez bien	72	27,91%	63	14,58%
Bien	44	17,05%	21	4,86%
Pas de réponse	0	0,00%	111	25,69%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

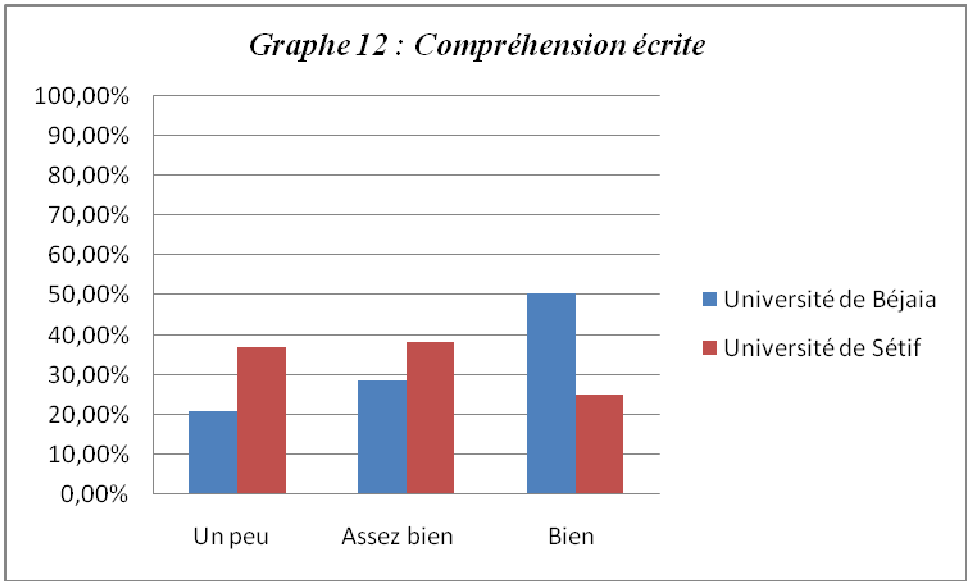
Pour l'activité de l'expression orale, l'université de Bejaia a 55,04 % des apprenants qui ont répondu par « un peu » et 27,91 % des apprenants pensent qu'ils parlent « assez bien » le français. Nous n'avons que 17,05 % de réponses pour « bien». Nous constatons à travers le tableau 13 que le même pourcentage est enregistré à l'université de Sétif, à savoir : 54,86 % pour « un peu », 14,58 % pour « assez bien » et très peu d'apprenants, 4,86%, disent s' exprimer « bien » à l'oral. Nous avons 111 cas « sans réponse ».

Les résultats obtenus prouvent que la plupart des apprenants ont des difficultés à l'oral.

c. Comprendre l'écrit

Tableau 14 : Compréhension écrite

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Un peu	54	20,93%	159	36,81%
Assez bien	74	28,68%	165	38,19%
Bien	130	50,39%	108	25,00%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Au niveau de la compréhension de l'écrit, nous avons 20,93 % des apprenants de l'université de Bejaia qui ont souligné que c'est « un peu ». 28,68 % sont « assez bien » par rapport à la compréhension de l'écrit, enfin 50,39 % des apprenants, ont répondu par, « bien ». Quant à l'université de Sétif, nous avons 36 »81 % des réponses pour, « un peu ». 38,19 % de réponses pour « assez bien » et 25 % des interrogés ont optés pour « bien ».

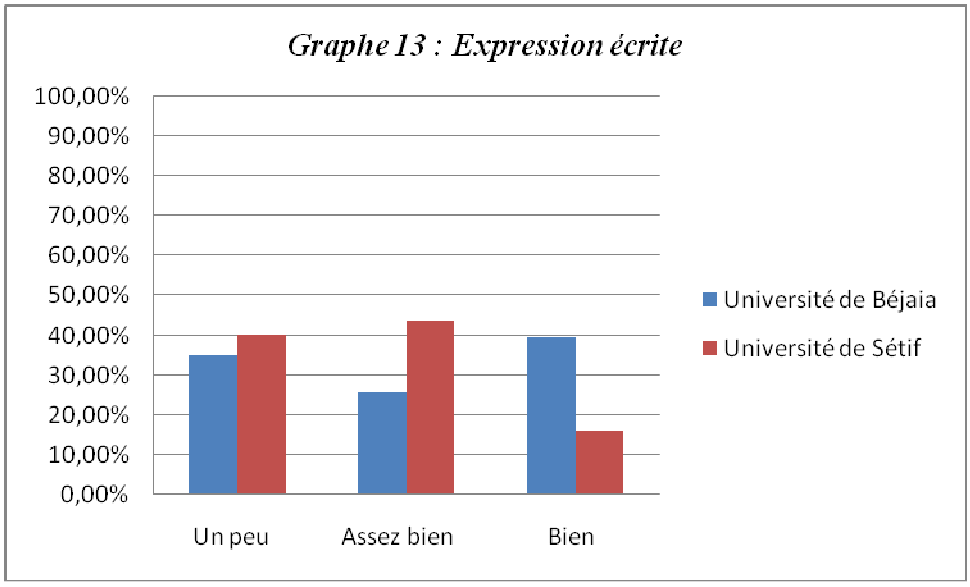
Nous concluons, d'après le graphe 12, que la plupart des apprenants disent comprendre « assez bien » au niveau de la compréhension de l'écrit.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

d. Écrire

Tableau 15 : Expression écrite

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Un peu	90	34,88%	174	40,28%
Assez bien	66	25,58%	189	43,75%
Bien	102	39,53%	69	15,97%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

S'agissant de la capacité à s'exprimer à l'écrit, 34,88 % des apprenants de l'université de Béjaia ont répondu par « un peu ». 25,58 % des apprenants sont « assez bien » et 39,53 % des apprenants disent s'exprimer « bien ». Pour l'université de Sétif, 40,28 % des apprenants ont répondu par « un peu », 43,75 % par « assez bien » et 15,97 % de répondants sont « bien » à l'écrit.

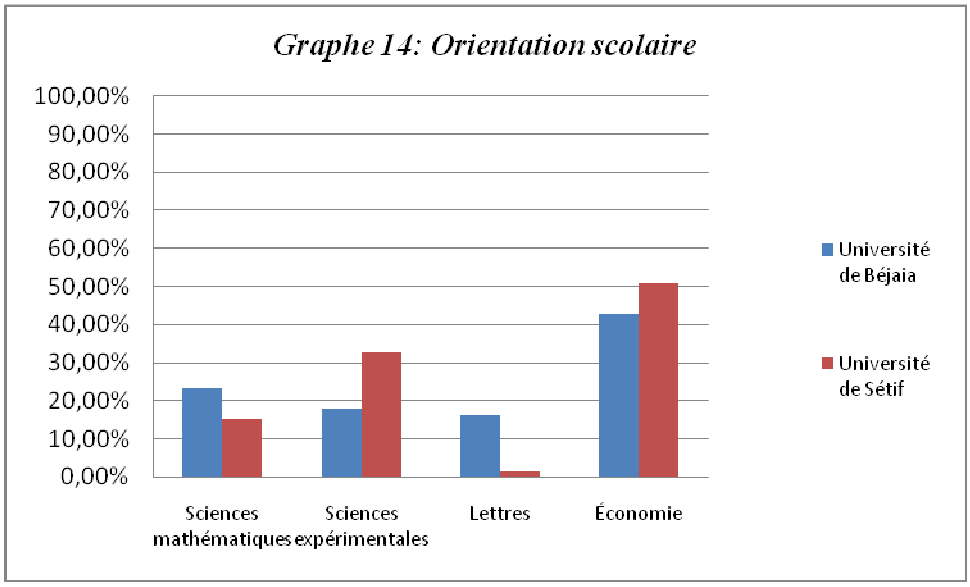
Certes, le pourcentage de « bien » est plus élevé chez les apprenants de l'université de Béjaia, mais globalement l'option « un peu» est exprimée par la plupart des apprenants ; le graphe 13 le montre assez bien.

Question 12 : Quelle a été votre orientation scolaire dans le secondaire ?

- ❑ ***a.*** Mathématiques.
- ❑ ***b.*** Sciences expérimentales.
- ❑ ***c.*** Lettres.
- ❑ ***d.*** Économie.

Tableau 16 : Orientation scolaire

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Sciences mathématiques.	60	23,26%	66	15,28%
Sciences expérimentales.	46	17,83%	141	32,64%
Lettres.	42	16,28%	6	1,39%
Économie.	110	42,64%	219	50,69%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Pour l'université de Béjaia, 23,26 % des apprenants ont été orientés en mathématique, 17,83 % en sciences expérimentales, 16,28 % en lettre et 42,64 % des apprenants en économie. À l'université de Sétif, 15,28 % des apprenants ont été orientés en mathématiques, 32,64 % en sciences, mais seulement 1,39 % ont été orientés en lettres et 50,69 % en économie.

Le graphe 14 confirme donc l'orientation dès le secondaire en économie dans les deux départements.

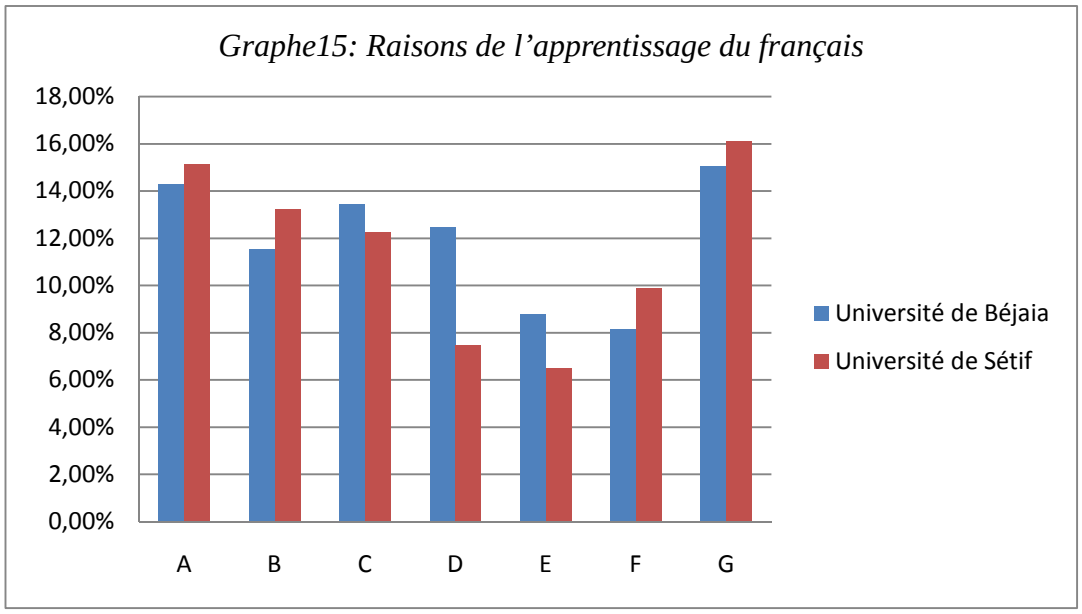
b- Études supérieures

Question13 : Pourquoi apprenez-vous le français ? (Plusieurs réponses sont possibles)

- ❑**A.** Pour être à l'aise dans la vie quotidienne, au sein de l'université.
- ❑**B**. Pour mieux réussir votre parcours professionnel
- ❑**C.** Pour comprendre les documents étudiés en français.
- ❑**D.** Pour poser des questions.
- ❑**E.** Pour faire un exposé.
- ❑**F.** Pour rédiger en français.
- ❑**G**. Pour mieux réussir vos études.

Tableau 17 : Raisons de l'apprentissage du français

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
A	186	72,09%	189	43,75%
B	175	67,83%	153	35,42%
C	162	62,79%	93	21,53%
D	114	44,19%	81	18,75%
E	106	41,09%	123	28,47%
F	196	75,97%	201	46,53%
G	212	82,17%	243	56,25%



Commentaire

Pour cette question, nous allons présenter les résultats en fonction de la priorité accordée à l'apprentissage du français par nos apprenants. En ce qui

concerne l'université de Béjaia, 15,07%, des apprenants disent apprendre le français « Pour mieux réussir leurs études ». 14,30 % disent apprendre pour être à l'aise dans la vie quotidienne au sein de l'université. 11,53 % ont opté pour l'option « C », c'est-à-dire pour comprendre les documents étudiés en français, et 8,15 % souligne l'importance de cette langue pour la rédaction. Il est à souligner qu'il de même pour l'université de Sétif qui reproduit le même classement pour les quatre premières priorités. Ainsi, les résultats confirment que les deux premières priorités des apprenants sont :

- Réussir leur parcours professionnel
-Réussir leurs études universitaires

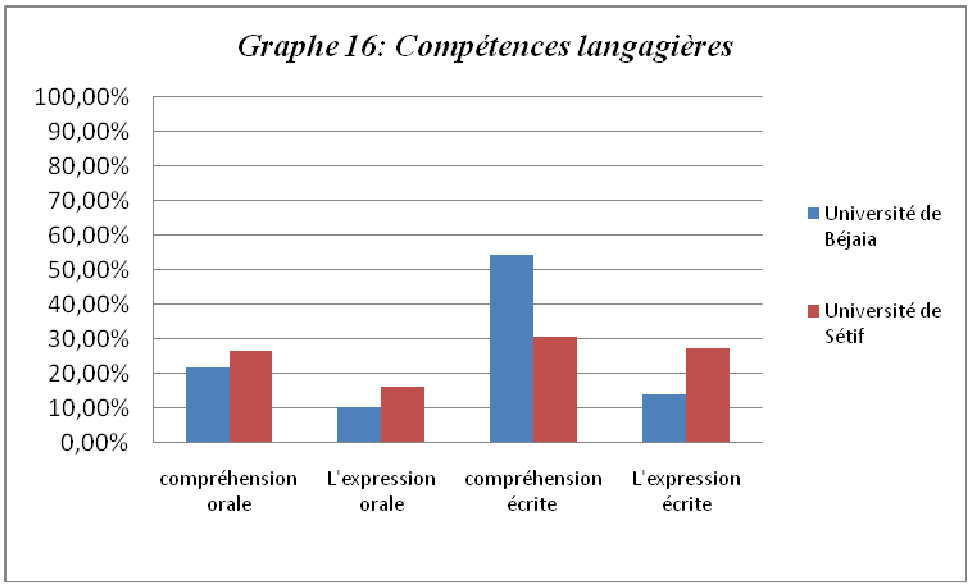
TROISIÈME PARTIE : LE COURS DE FRANÇAIS

Question 14 : Sur quelle(s) compétence(s) langagière(s) votre enseignant se concentre-t-il ?

- ❑ ***a.*** La compréhension orale.
- ❑ ***b.*** La compréhension écrite.
- ❑ ***c.*** L'expression orale.
- ❑ ***d.*** L'expression écrite.

Tableau 18 : Compétences langagières

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
La compréhension orale.	56	21,71%	114	26,39%
L'expression orale.	26	10,08%	69	15,7%
La compréhension écrite.	140	54,26%	132	30,56%
L'expression écrite.	36	13,95%	117	27,08%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Pour la compréhension orale, nous avons presque le même pourcentage : 21,71 % pour l'université de Béjaia et 26,39 % pour l'université de Sétif. En ce qui concerne l'expression orale, nous avons obtenu 10,08 % pour Béjaia et 15,97 % pour Sétif. Par contre le pourcentage est élevé en ce qui concerne la compréhension écrite : 54,26 % pour l'université de Béjaia et 30,56%pour l'université de Sétif. Quant à l'expression écrite, nous avons enregistré13,95 % pour Béjaia et 27,08 % pour Sétif.

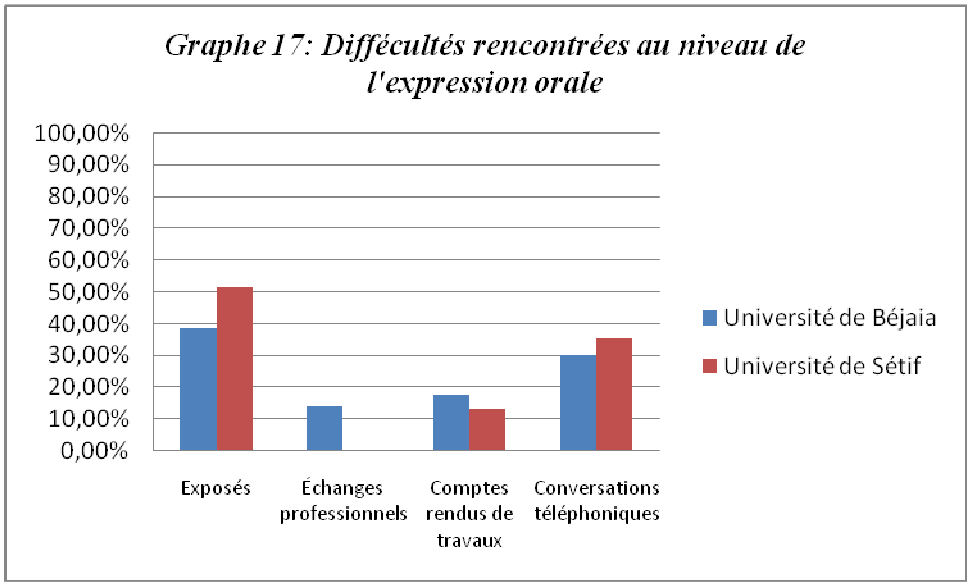
Comme on peut le constater, très clairement, à travers les réponses données par nos apprenants et illustrées dans le graphe 16, l'expression orale reste une compétence langagière à laquelle on accorde pratiquement peu d'importance. La compréhension écrite semble en être la première priorité.

Question 15 : Quelles sont vos principales difficultés en français ?

- ❑ ***a.*** Exposés,
- ❑ ***b.*** Échanges professionnels.
- ❑ ***c.*** Comptes rendus de travaux d'expériences.
- ❑ ***d.*** Conversations téléphoniques.

Tableau 19 : Difficultés rencontrées au niveau de l'expression orale

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Exposés	99	38,37%	222	51,39%
Échanges professionnels	36	13,95%	0	0,00%
Comptes rendus de travaux d'expériences	45	17,44%	57	13,19%
Conversations téléphoniques	78	30,23%	153	35,42%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

L'analyse des résultats du tableau 19, nous démontre que 38,37 % des étudiants de l'université de Béjaia éprouvent des difficultés à présenter des exposés oralement. La même remarque est à faire pour l'université de Sétif où 51,39 % des apprenants éprouvent le même handicape. Pour les échanges professionnels, il n'y a que 13,95 % qui ont répondu à la question. En ce qui concerne les comptes- rendus de travaux, nous avons 17,44 % de réponses pour Béjaia et 13,19 % pour Sétif. 30,23 % des apprenants de l'université de Béjaia et 35,42 % de l'université de Sétif ont opté pour la dernière proposition.

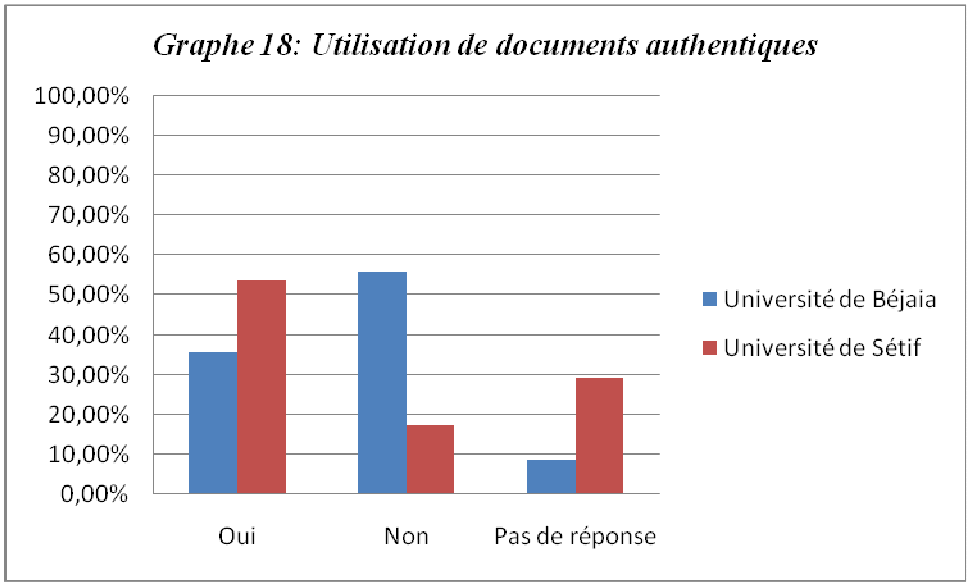
Il semble que les difficultés que rencontrent nos apprenants en expression orale résident au niveau des exposés et des conversations.

Question 16 : Les documents utilisés en cours sont-ils authentiques ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 20 : Utilisation de documents authentiques

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	92	35,66%	231	53,47%
Non	144	55,81%	75	17,36%
Sans réponse	22	9%	126	29%
Total	**236**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Nous avons 35,66 % des apprenants de l'université de Béjaia qui confirme l'utilisation authentique, et 55,81 % qui infirment. 9% de cas sont sans réponses. Par contre le nombre de « oui » est plus élevé à l'université de Sétif 53,47%. 17,36 % des apprenants ont répondu par « non » et 126 cas sont sans réponses.

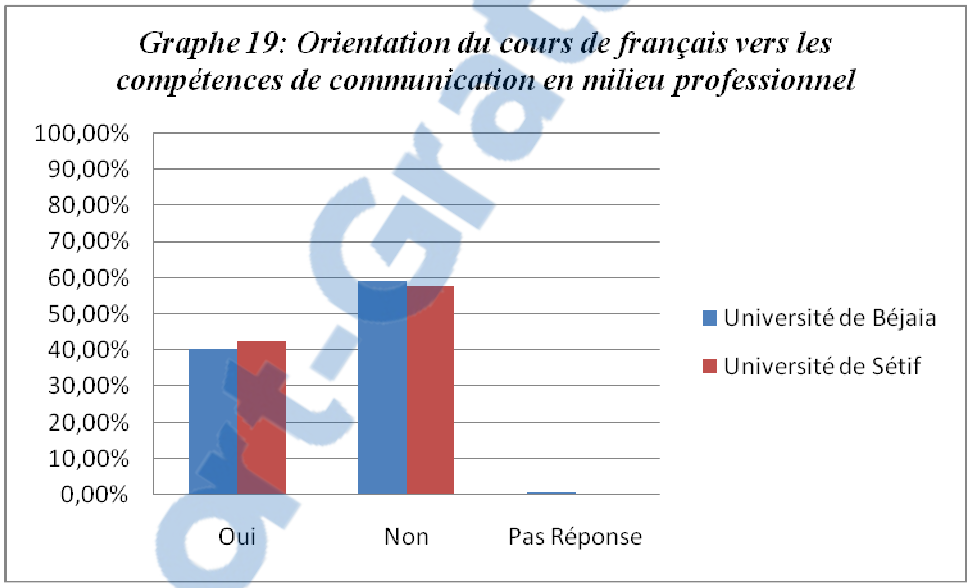
Le graphe 18 indique que les apprenants de l'université de Sétif utilisent beaucoup plus en cours des documents authentiques.

Question 17 : Le cours de français est-il orienté vers les compétences de communication en milieu professionnel

❑Oui
❑Non

Tableau 21 : Orientation du cours de français vers les compétences de communication en milieu professionnel

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	104	40,31%	183	42,36%
Non	152	58,91%	249	57,64%
Sans réponse	2	1%	0	0%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Pour cette question, nous avons 40,31 % qui ont répondu par « oui » et 58,91 % des apprenants le déplorent. Nous n'avons que deux cas sans réponses en ce qui concerne l'université de Béjaia. Pour Sétif, 42,36 % ont répondu par « oui » et 57,64 % ont répondu par « non».

Comme on le constate à travers le graphe 19, le cours de français est moins orienté vers la communication professionnelle.

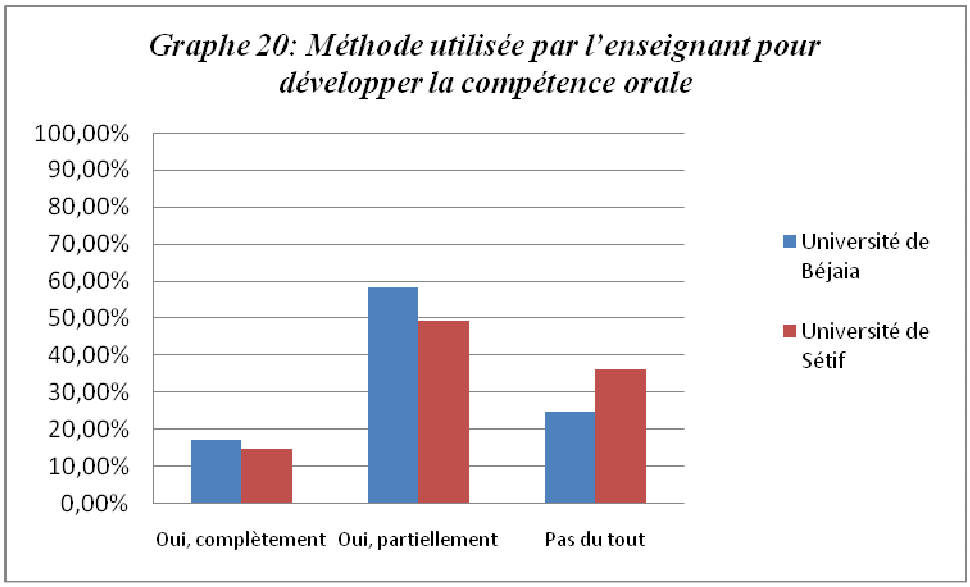
Rapport-Gratuit.com

Question 18 :Est-ce que la méthode utilisée par votre enseignant pour développer votre compétence orale répond à vos besoins langagiers actuels ?

- ❑ ***a.*** Oui, complètement.
- ❑ ***b.*** Oui, partiellement.
- ❑ ***c.*** Pas du tout.

Tableau 22 : Méthode utilisée par l'enseignant pour développer la compétence orale

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui, complètement	44	17,05%	63	14,58%
Oui, partiellement	150	58,14%	213	49,31%
Pas du tout	64	24,81%	156	36,11%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

La plupart des étudiants pensent que la méthode utilisée par l'enseignant répond partiellement à leurs besoins. 58,14 % des apprenants de l'université de Béjaia et 49,31 % des apprenants de l'université de Sétif le confirment. 17,05 % des apprenants de l'université de Béjaia ont répondu par « oui » complètement, contre 14,58 % Pour Sétif, et 24,81 % ont répondu par « pas du tout » à Béjaia. Alors qu'à Sétif, il y en a beaucoup plus : 36,12%.

Au vu des résultats, la méthode utilisée répond donc partiellement aux besoins des apprenants, comme on peut le constater à travers le graphe 20.

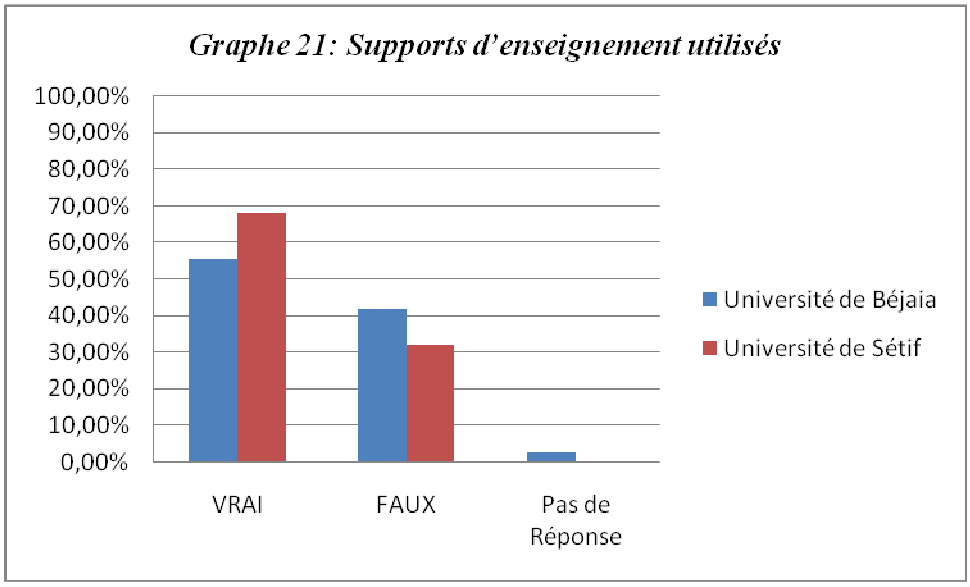
Question 19 : Indiquez si ce qui suit est vrai ou faux ?

- ❑ ***a.*** Les supports d'enseignement utilisés n'aident pas à améliorer la compétence orale requise.
- ❑ ***b.*** Les exercices proposés n'aident pas les étudiants(e) à comprendre et répondre aux différentes situations.
- ❑ ***c.*** L'enseignant de français n'est pas assez interactif avec ses apprenants.
- ❑ ***d.*** L'enseignant ne varie pas les techniques d'enseignement.

a. Les supports d'enseignement utilisés n'aident pas à améliorer la compétence orale requise.

Tableau 23 : Supports d'enseignement utilisés

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
VRAI	143	55,43%	294	68,06%
FAUX	108	41,86%	138	31,94%
Sans Réponse	7	2,71%	0	0,00%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Nous avons pour l'université de Béjaia 55,43 % des apprenants qui ont opté pour « vrai » et 41,86 % ont opté pour « faux ». À l'université de Sétif, nous avons 68,06 % des apprenants qui ont répondu positivement et les 31,94 % restants ont répondu négativement.

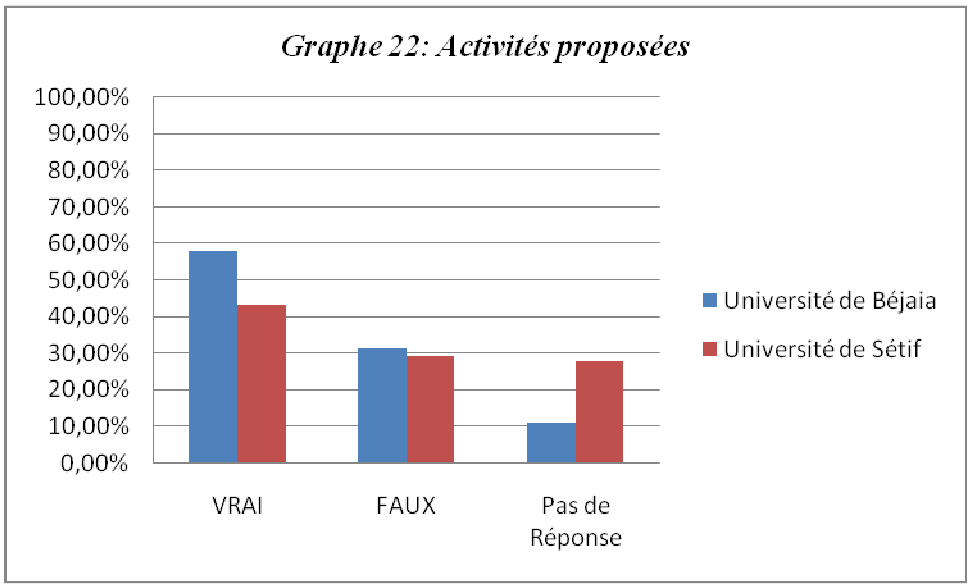
Les résultats que reflète le graphe 21, montre que les supports d'enseignements utilisés n'aident pas à l'amélioration de la compétence orale requise.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

b. Les exercices proposés n'aident pas les étudiants(es) à comprendre et répondre aux différentes situations.

Tableau 24 : Activités proposées

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
VRAI	149	57,75%	186	43,06%
FAUX	81	31,40%	126	29,17%
Sans Réponse	28	10,85%	120	27,78%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

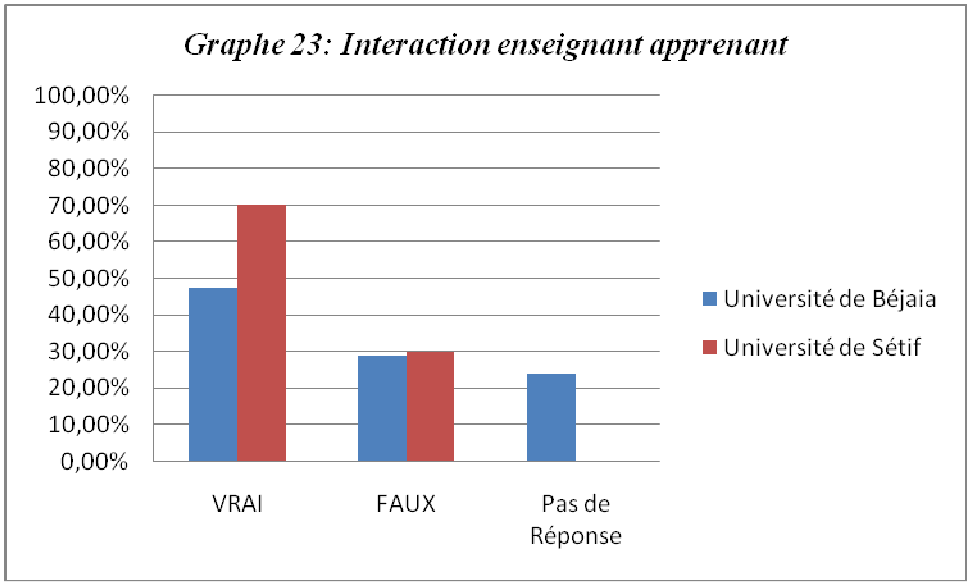
À cette question, 57,75 % des étudiants de l'université de Bejaia ont répondu par « vrai » et 31,40 % ont répondu par « faux ». Nous avons 28 cas sans réponse comme on peut le constater à travers le tableau 24. Pour l'université de Sétif, 43,06 % des réponses exprimées sont pour l'option « vrai » et 29,17 % des réponses le sont pour l'option « faux ». Signalons que, nous avons 27,78 % des apprenants qui n'ont pas répondu à la question.

La majorité des réponses obtenues, d'après le graphe 22 accréditent que les activités proposées n'aident pas les étudiants à répondre aux différentes situations.

c. L'enseignant de français n'est pas assez interactif avec ses apprenants.

Tableau 25 : Interaction enseignant apprenant

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
VRAI	122	47,29%	303	70,14%
FAUX	74	28,68%	129	29,86%
Sans Réponse	62	24,03%	0	0,00%
Total	258	100,00%	432	100,00%



Commentaire

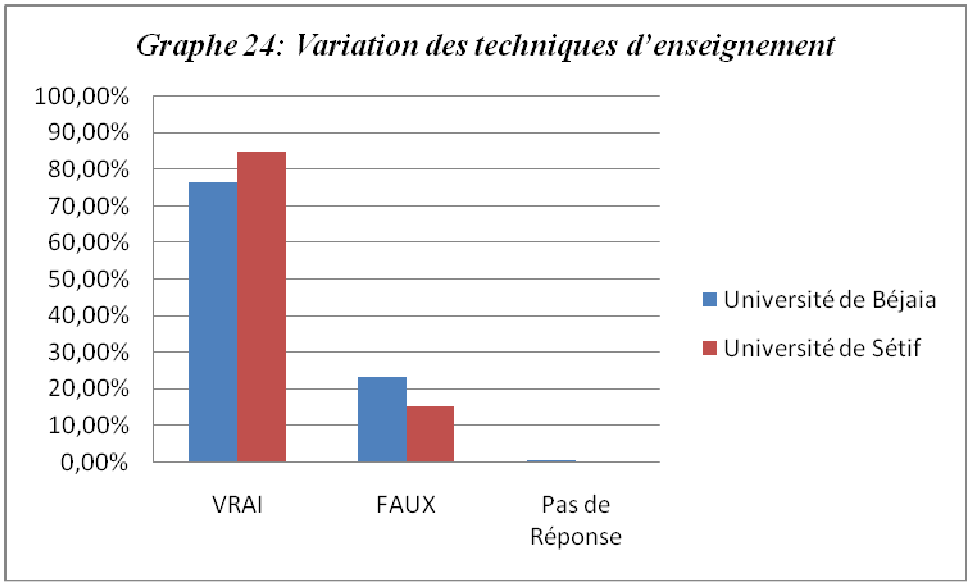
À travers cette question, nous voulions savoir si l'enseignant est assez interactif avec ses apprenants ou pas. Pour l'université de Bejaia, 47,29 % des apprenants ont répondu par « vrai » et 26,68 % ont répondu par « faux ». Nous avons 62 cas sans réponses. En ce qui concerne les étudiants de l'université de Sétif, 70,14 % des apprenants ont répondu par « vrai » et les 129 qui restent 29,86 % ont répondu par « faux ».

Comme l'illustre le graphe 24, la plupart des étudiants trouvent que l'enseignant de français n'est pas assez interactif avec eux.

d. L'enseignant ne varie pas les techniques d'enseignement.

Tableau 26 : Variation des techniques d'enseignement

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
VRAI	197	76,36%	366	84,72%
FAUX	60	23,26%	66	15,28%
Pas de Réponse	1	0,39%	0	0,00%
Total	258	100,00%	432	100,00%



Commentaire

Nous constatons que les réponses données par les deux universités sont presque les mêmes. À Béjaia comme à Sétif les apprenants ont affirmés à 76,36% et 84,72% qu'il n'y a pas de variation dans les techniques d'enseignement. 23,26 % et 15,28 % pensent le contraire à Béjaia et à Sétif.

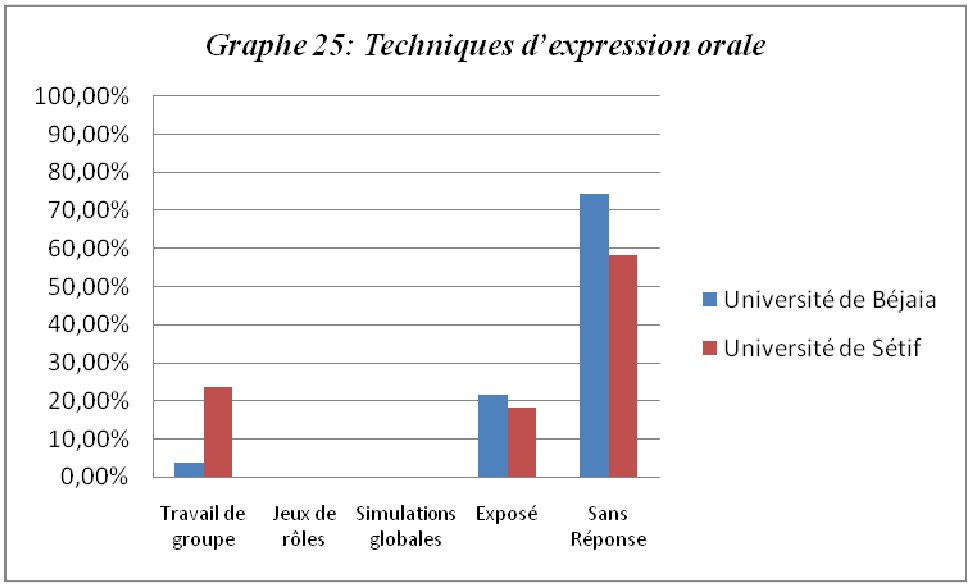
D'après le graphe 24, la plupart des apprenants trouvent que l'enseignant ne varie pas ses techniques d'enseignement.

Question 20 : Parmi ces techniques d'expression orale, mentionnez celles qui sont utilisées par votre enseignant ?

- ❑ ***a.*** Travail de groupe.
- ❑ ***b.*** Jeux de rôles.
- ❑ ***c.*** Simulations globales.
- ❑ ***d.*** Exposé.

Tableau 27 : Techniques d'expression orale

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Travail de groupe.	10	3,88%	102	23,61%
Jeux de rôles.	0	0,00%	0	0,00%
Simulations globales.	0	0,00%	0	0,00%
Exposé.	56	21,71%	78	18,06%
Sans Réponse	192	74,42%	252	58,33%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

En ce concerne les techniques d'expression orale utilisées par l'enseignant, nous avons pour l'université de Bejaia : 3,88 % pour le travail de groupe, « 0 » réponse pour les jeux de rôles, « 0 » pour les simulations globales, 21,71 % pour l'exposé et 74,42 % sans réponses. Pour l'université de Sétif : 23,61 % pour le travail de groupe, « 0 » réponse pour les jeux de rôles, « 0 » réponses pour les simulations globales, 18,06 % pour l'exposé et 252 cas sans réponses.

La plupart des techniques présentées, ne sont pas connues par les apprenants, les résultats du graphe 25 en sont la preuve.

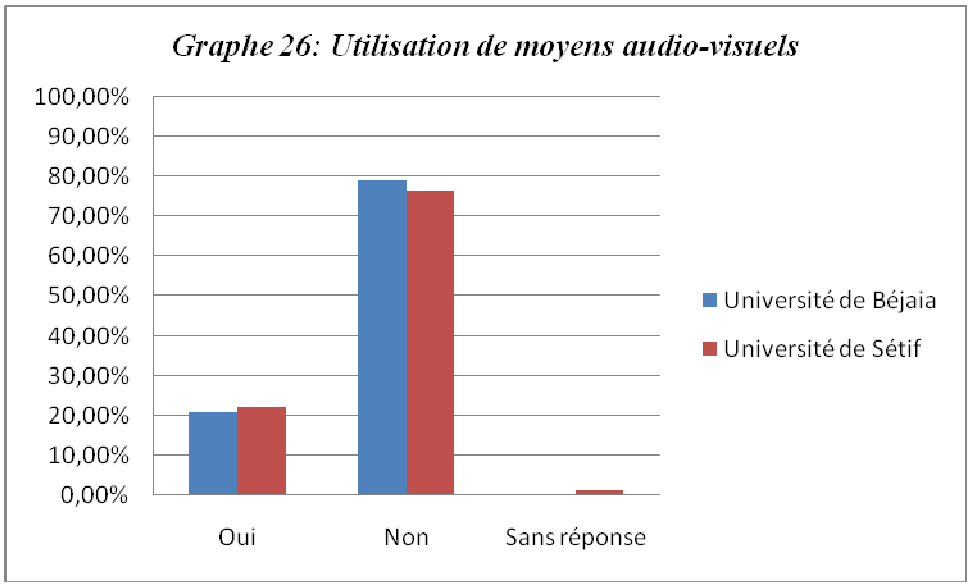
Question 21 : Votre enseignant fait-il appel à des moyens audio-visuels pour développer votre compétence orale ?

❑Oui

❑Non

Tableau 28 : Utilisation de moyens audio-visuels

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Oui	54	20,93%	96	22,22%
Non	204	79,07%	330	76,39%
Sans réponse	0	0%	6	1%
Total	258	100,00%	432	100,00%



Commentaire

Pour l'utilisation des moyens audio visuels, il y a 20,95 % des apprenants de l'université de Bejaia qui ont répondu par « oui » et 79,07 % apprenants ont répondu par « non ». Les mêmes résultats sont constatés, chez les apprenants de l'université de Sétif : 22,22 % des apprenants ont répondu « oui », 76,39 % ont opté pour « non » et 6 cas sans réponse.

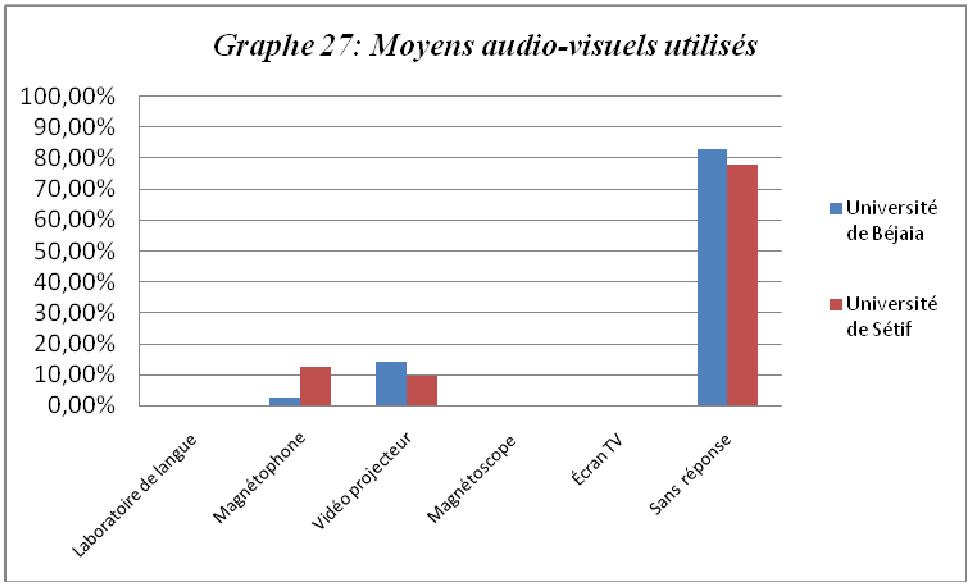
Dans l'ensemble, les moyens audiovisuels, ne sont pas utilisés en classe. On peut le constater à travers le graphe 26.

Question 22 : Si, oui merci de préciser s'il s'agit de :

- ❑ ***a.*** Laboratoire de langue.
- ❑ ***b.*** Magnétophone.
- ❑ ***c.*** Vidéo projecteur.
- ❑ ***d.*** Magnétoscope
- ❑ ***e.*** Écran TV

Tableau 29 : Moyens audio-visuels utilisés

Département	Université de Béjaia		Université de Sétif	
Laboratoire de langue	0	0,00%	0	0,00%
Magnétophone	7	2,71%	54	12,50%
Vidéo projecteur	37	14,34%	42	9,72%
Magnétoscope	0	0,00%	0	0,00%
Écran TV	0	0,00%	0	0,00%
Sans Réponse	214	82,95%	336	77,78%
Total	**258**	**100,00%**	**432**	**100,00%**



Commentaire

Les moyens audiovisuels utilisés par certains enseignants en classe sont :

a. Le magnétophone : 2,71 % pour l'université de Béjaia et 12,50 % pour l'université de Sétif.

b. Vidéo projecteur : 14,34 % pour l'université de Béjaia et 9,72 % pour l'université de Sétif. Même le magnétophone et le vidéo projecteur sont peu utilisés en classe d'après le graphe 27. Afin de stimuler l'envie d'apprendre, les enseignants devraient favoriser et encourager l'utilisation des supports audio-visuels.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

2 . ANALYSE DU QUESTIONNAIRE ENSEIGNANT

Tableau 1 : Nombre d'enseignants et de questionnaires à analyser

Département	Nombre d'enseignants	Nombre de questionnaires remis	Nombre de questionnaires collectés	Nombre de questionnaires à analyser
Université de Béjaia	01	01	01	01
Université de Sétif	04	04	03	03

I. Informations Générales

Question 1 : Quel diplôme avez-vous obtenu pour enseigner le français ?

Tableau 2 : Diplômes obtenus

Département	Diplômes obtenus
Université de Béjaia	- Licence de langue et littérature françaises Inscription en 2ème année magister
Université de Sétif	- Ingénieur d'État en agronomie, spécialisée en économie (francophone) + formation supplémentaire à la Faculté des sciences économiques, université de Montpellier - Licence en sciences économiques (francophone) - Licence en sciences économiques (option gestion)

Nous constatons à travers le tableau ci-dessus que les cours de français de l'économie à l'université de Béjaia sont assurés par un enseignant de F L E (licence de langue et littérature françaises). Contrairement à l'université de Sétif où tous les cours de français au département sont pris en charge par des enseignants de modules de spécialités (spécialisés en économie).

Question 2 : Depuis combien d'années enseignez-vous le français ?

Tableau 3 : Nombre d'années dans l'enseignement

Département	25 ans	27 ans	13 ans	2 ans
Université de Béjaia	1	0	0	0
Université de Sétif	0	1	1	1

En ce qui concerne le nombre d'années dans l'enseignement, nous remarquons que l'enseignant de l'université de Béjaia est très ancien (25 ans de

service). Pour les enseignants de l'université de Sétif nous avons, un enseignant permanant qui assure ce module depuis 27 ans, un deuxième (vacataire) qui a 13 ans d'ancienneté et une nouvelle enseignante (vacataire) qui enseigne le français depuis deux ans.

Question 3 : Avez-vous eu une formation spéciale pour enseigner le module de français aux économistes ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 4 : Formation spécialisée des enseignants de français

Département	Oui	Non
Université de Béjaia	0	1
Université de Sétif	0	3

Pour cette question, les résultats révélés dans le tableau 4 sont négatifs c'est-à-dire que les enseignants des deux départements qui assurent le module de français de l'économie n'ont pas eu une formation spéciale.

Question4 : Quelle est le volume horaire hebdomadaire assuré pour chaque groupe d'apprenants ?

Tableau 5 : Volume horaire

Département	Volume horaire
Université de Béjaia	1h30 mn
Université de Sétif	1h30 mn

Le volume horaire hebdomadaire assuré dans les deux universités est d'une heure et demie pour chaque groupe d'apprenants.

Rapport-Gratuit.com

II. Relation Enseignement /Apprentissage

Question 5 : Les choix fondamentaux (objectifs, méthodologie utilisée, contenus) sont-ils négociés avec les apprenants ?

❑Oui
❑Non

Tableau 6 : Négociation des choix fondamentaux

Département	Oui	Non
Université de Béjaia	1	0
Université de Sétif	0	3

Concernant la négociation des choix fondamentaux, l'enseignant de l'université de Béjaia a répondu par oui, ce qui n'est pas le cas pour les enseignants de l'université de Sétif qui ont tous répondu par non.

Question 6 : Appliquez-vous la méthodologie d'enseignement que vous pensez la meilleure ?

❑Oui
❑Non

Tableau 7 : Méthodologie appliquée

Département	Oui	Non
Université de Béjaia	1	0
Université de Sétif	3	0

Les enseignants des deux universités appliquent la méthodologie d'enseignement qu'ils pensent être la meilleure. Tout le monde a répondu par oui, comme nous le constatons à travers le tableau 7.

Question 7 : Indiquez si ce qui suit est vrai ou faux.

❑***a.*** Vous avez recours au travail de groupe.
❑***b.*** Vous avez recours au travail de groupe pour motiver vos apprenants et les former à l'autonomie.
❑***c.*** Dans le travail de groupe, vous ne contrôlez plus suffisamment votre enseignement.
❑***d.*** Vous privilégiez chez vos étudiants l'expression du sens (la communication) par rapport à la correction de la forme (correction linguistique)

a. Vous avez recours au travail de groupe.

Tableau 8 : Recours au travail de groupe

Département	Vrai	Faux
Université de Béjaia	1	0
Université de Sétif	3	0

Pour cette hypothèse, les enseignants ont tous affirmé que le recours au travail de groupe fait partie de leurs choix méthodologiques.

b. Vous avez recours au travail de groupe pour motiver vos apprenants et les former à l'autonomie.

Tableau 9: Objectif du recours au travail de groupe

Département	Vrai	Faux
Université de Béjaia	1	0
Université de Sétif	3	0

Là aussi, toutes les réponses sont affirmatives. Les enseignants des deux universités sont convaincus, que travailler dans cette structure réduite (le travail de groupe), contraint les apprenants à organiser eux-mêmes leur travail et favorise ainsi leur apprentissage à l'autonomie.

c. Dans le travail de groupe, vous ne contrôlez plus suffisamment votre enseignement.

Tableau 10: Difficulté de contrôle

Département	Vrai	Faux	Pas de réponse
Université de Béjaia	0	1	0
Université de Sétif	0	2	1

L'enseignant de l'université de Béjaia et deux autres de l'université de Sétif ont répondu par faux. Nous avons comme on peut le constater à travers le tableau 10 un cas sans réponse. Cela pourrait s'expliquer par le fait que ce dernier n'a jamais fait appel au travail de groupe, ce qui justifie son incapacité à répondre à la question.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

d. Vous privilégiez chez vos étudiants l'expression du sens (la communication) par rapport à la correction de la forme (correction linguistique)

Tableau 11: Communication ou correction linguistique ?

Département	Vrai	Faux
Université de Béjaia	1	0
Université de Sétif	2	1

Pour cette proposition, l'enseignant de l'université de Béjaia a répondu par oui, nous avons deux enseignants de l'université de Sétif qui partagent le même point de vue. Par contre nous avons un cas qui privilégie la correction linguistique par rapport à l'expression du sens.

Question 8 : Est-ce-que vous utilisez une méthode (un manuel) bien précise dans votre enseignement ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 12 : Utilisation des méthodes

Département	Oui	Non
Université de Béjaia	0	1
Université de Sétif	0	3

La réponse à cette question est négative. Les enseignants n'utilisent pas de méthodes bien précises, ils ont tous répondu pas non. Ceci pourrait s'expliquer par le manque de travaux dans ce domaine.

Question 9 : Quel type de cours vous dispensez ?

- ❑***a.*** Français général
- ❑***b.*** Français de spécialité
- ❑***c.*** Français de spécialité et Français général

Tableau 13 : Type de cours dispensés

Département	Français général	Français de spécialité	Français de spécialité et Français général
Université de Béjaia	0	0	1
Université de Sétif	0	3	0

Les cours dispensés à l'université de Béjaia varient entre ceux du français général et du français de spécialité. Contrairement à l'université de Sétif où les

contenus enseignés sont à 100% de spécialité. « Le cours du français de l'économie est fondé sur l'étude d'un lexique strictement lié au domaine de spécialisation des apprenants » nous révèle l'enseignant coordinateur.

Question 10 :Travaillez-vous en collaboration avec les enseignants des modules de spécialité ?

- ❑Oui
- ❑ Non

Tableau 14 : Travail de collaboration

Département	Oui	Non
Université de Béjaia	0	1
Université de Sétif	0	3

Pour cette question, tous ont répondu par non. Le « non » obtenu par les enseignants de l'université de Sétif se justifie par le fait qu'ils soient d'abord des enseignants de spécialité avant d'être des enseignants de français.

L'enseignant de l'université de Béjaia, se justifie en répondant que : « la communication et la coordination entre enseignants peut avoir lieu une fois que la situation est stable, car on finit par se rencontrer, s'apprivoiser. Un vacataire, un associé est rarement au département puisqu'il a en général un travail ailleurs »

III. UTILISATIONS DE MÉTHODES ET D'OUTILS DIDACTIQUES EN GÉNÉRAL

Question11 : Parmi ces compétences, laquelle développez-vous le plus chez vos étudiants ?

- ❑***a.*** Compréhension orale.
- ❑***b.*** Expression orale.
- ❑***c.*** Compréhension écrite.
- ❑***d.*** Expression écrite.

Pour cette question, et d'après les résultats obtenus, toutes les compétences sont développées de manières égales par les enseignants des deux universités. Pour eux toutes les compétences sont importantes à développer et bénéficient d'un même intérêt.

Question 12 : Classez ces activités selon l'importance accordée dans le cours ?

- ❑***a.*** Lecture de documents.
- ❑***b.*** Compte rendu de travaux.
- ❑***c.*** Exposés.
- ❑***d.*** Rédaction de documents (rapports, notes, schémas, correspondances).

Tableau 15 : Importance accordée aux activités

Département	Classement selon l'importance accordée
Université de Béjaia	1- lecture de documents 2- Exposés 3- Rédaction 4- compte rendu des travaux
Université de Sétif	1- lecture de documents 2- Rédaction 3- compte rendu des travaux 4- Exposés

D'après les résultats obtenus dans le tableau ci-dessus, l'enseignant de l'université de Béjaia accorde une première priorité à la lecture de documents, l'exposé en deuxième position, suivi de rédaction et enfin vient le compte rendu de travaux. Même les enseignants de l'université de Sétif, classe la lecture de documents en premier lieu par contre l'exposé est classé en dernier. En deuxième position vient la rédaction suivie de compte rendu de travaux.

Question 13 : Faites-vous appel à des moyens audio-visuels pour développer la compétence orale chez vos étudiants ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 16 : Utilisation de moyens audio-visuels

Département	Oui	Non
Université de Béjaia	1	0
Université de Sétif	0	3

Pour l'utilisation de moyens audio-visuels, nous avons une réponse positive donnée par l'enseignant de l'université de Béjaia et trois réponses négatives mentionnées par les enseignants de l'université de Sétif.

Si oui, lesquels ?

Les moyens audio-visuels utilisés par l'enseignant de l'université de Béjaia sont : le data show, le magnétophone « quand les moyens le permettent » ajoute-t-il.

Sinon, merci d'expliquer pourquoi ?

Nous n'avons pas obtenu de réponses pour cette question cela pourrait être expliqué par la non importance accordée par ces enseignants respectifs à ces moyens d'enseignement.

Question 14 : Parmi ces techniques d'expression orale, indiquez celles qui sont pratiquées en classe

- ❑***a.*** Jeux de rôles
- ❑**b.** Simulations globales
- ❑**c.** Tâches de résolutions de problèmes
- ❑**d.** Exposés

Tableau 17 : Techniques d'expression orale

Département	Jeux de rôles	Simulations globales	Tâches de résolutions de problèmes	Exposés
Université de Béjaia	-	-	-	+
Université de Sétif	-	-	-	

Parmi les techniques d'expression orale présentées, il n'ya que l'exposé qui est pratiqué en classe et seulement par l'enseignant de l'université de Béjaia. Sinon, aucune des techniques proposées en vue de développer l'expression orale ne fait partie des activités pratiquées en classe, d'après les résultats de l'analyse.

3 . ANALYSE DU QUESTIONNAIRE ENTREPRISE

Tableau 1 **: Nombre de questionnaires remis et collectés**

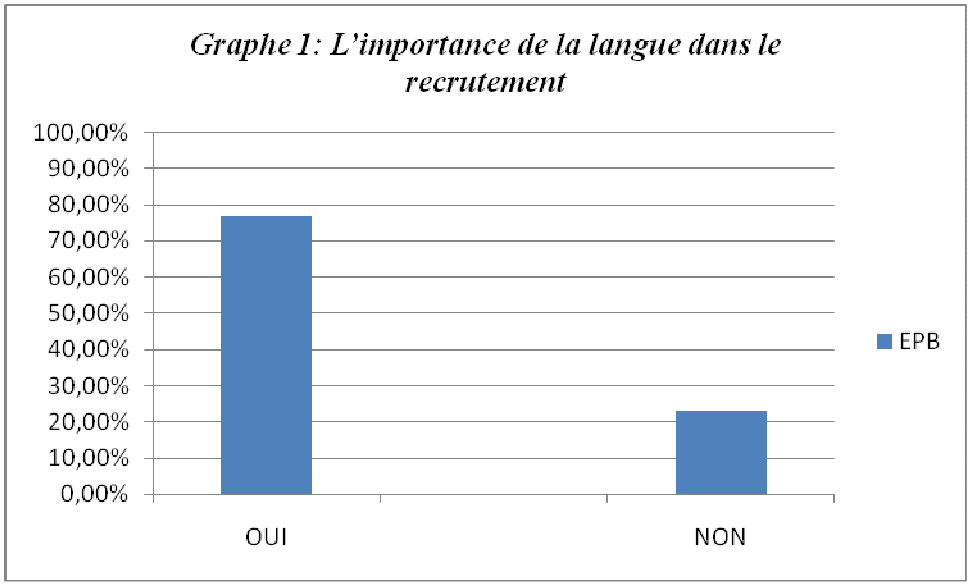
	Nombre de questionnaires remis	Nombre de questionnaires collectés	Nombre de questionnaires à analyser
Entreprise portuaire de Bejaia	13	13	13

Question 1 : La connaissance et la pratique du français entre-t-elle en ligne de compte dans le recrutement de votre personnel ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 2 : L'importance de la langue dans le recrutement

Entreprise portuaire de Bejaia	OUI	%	NON	%
	10	76,92%	3	23,08%



Commentaire

Parmi les treize responsables questionnés, 76,92 % ont répondu par « oui » et 23,08 % ont répondu négativement.

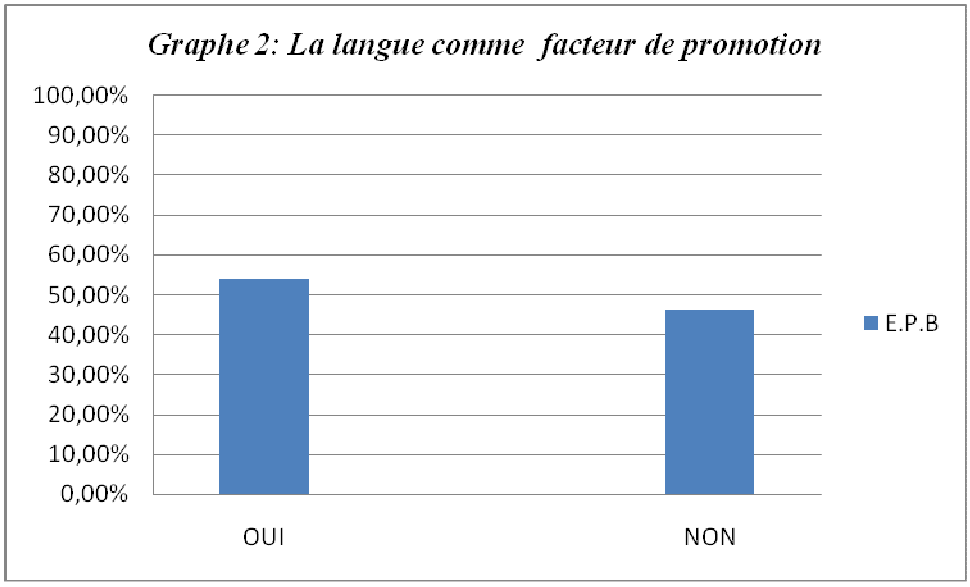
La majorité des dirigeants confirment que la bonne maîtrise du français fait partie des critères de recrutement de leur personnel. D'ailleurs on le voit clairement à travers le graphe 1.

Question 2 : Est-ce pour vous un facteur de fidélisation et de promotion de votre personnel ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 3 : La langue comme facteur de promotion

E.P.B	OUI	%	NON	%
	7	53,85%	6	46,15%



Commentaire

Pour cette question, nous avons 7 dirigeants qui ont répondu par « oui », soit 53,85 % et les 6 autres soit 46,15% ont répondu par « non ».

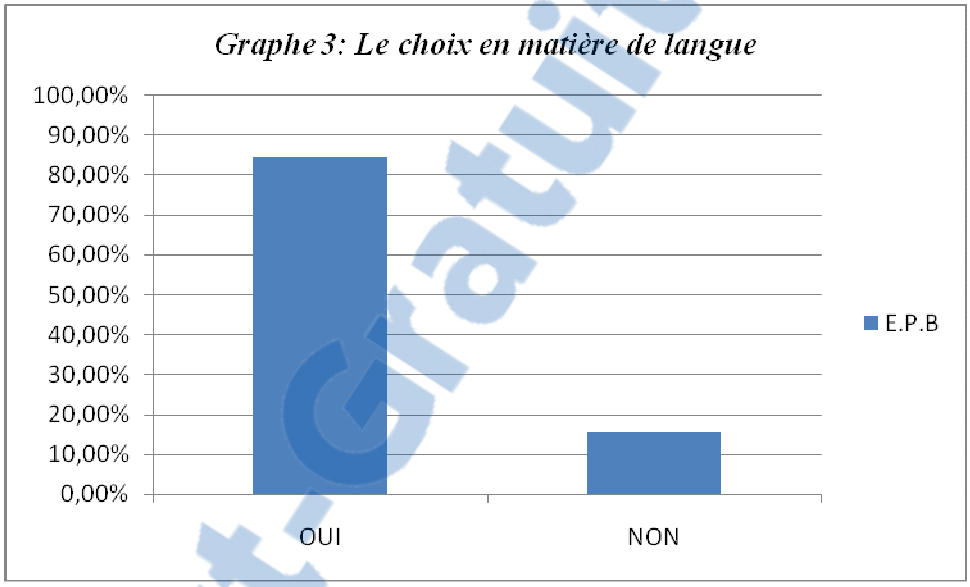
Même si, nous avons 6 cas qui ont répondu négativement, il reste que ces derniers ne nient pas (lors de la rencontre) que dans un contexte de promotion, les cadres en difficulté linguistique peuvent voir leur évolution professionnelle ralentie ou bloquée.

Question 3 : Est-ce que votre entreprise a fait un choix explicite en matière de langue ?

- ❑Oui
- ❑Non

Tableau 4 : Le choix en matière de langue

E.P.B	OUI	%	NON	%
	11	84,62%	2	15,38%



Commentaire

Nous avons, comme on le constate à travers le tableau 4, 11 dirigeants qui ont répondu « oui » c'est-à-dire 84,62 % et nous n'avons que deux réponses négatives soit 15,38%.

L'entreprise portuaire de Bejaia a donc fait un choix en matière de langue comme l'illustre le graphe 3.

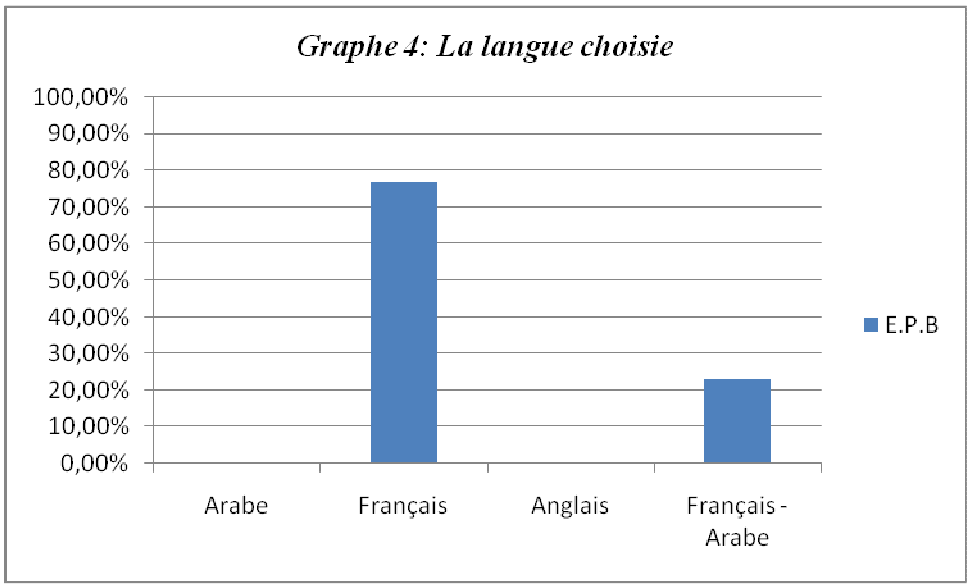
Rapport-Gratuit.com

Question 4 : Si oui, laquelle ?

- ❑Français
- ❑Arabe
- ❑Anglais

Tableau 5 : La langue choisie

E.P.B	Arabe	%	Français	%	Anglais	%	Français - Arabe	%
	0	0%	10	76,92%	0	0	3	23,08%



Commentaire

Pour la langue choisie, c'est le français, comme le confirment 76,92 % des dirigeants de l'entreprise. Mais nous remarquons quand même, que les trois autres ont opté pour l'Arabe (l'Arabe est la langue officielle, nous rappelle un interlocuteur).

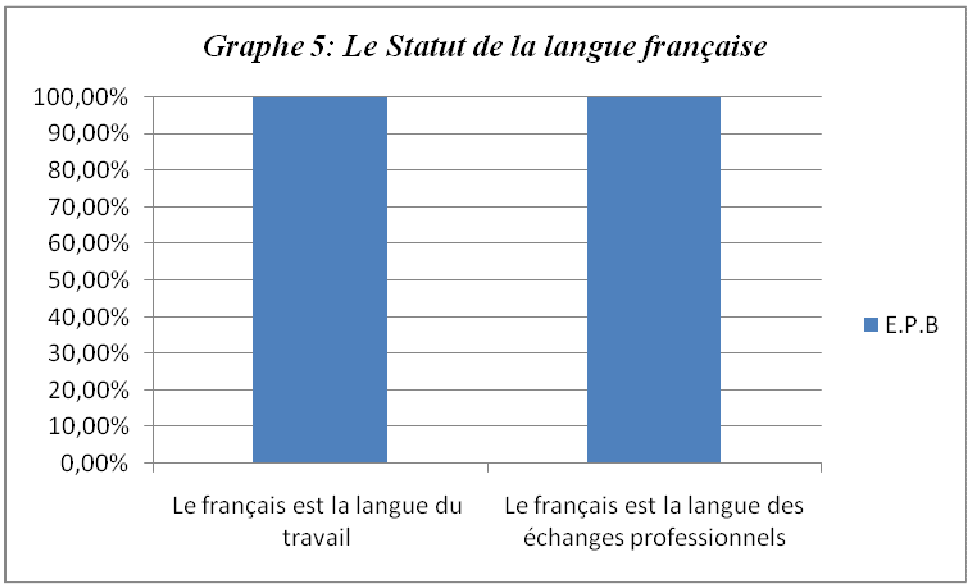
Le choix de la langue française demeure pragmatique.

Question 5 : Quel est le statut du français dans votre entreprise ?

- ❑Le français est la langue du travail dans l'entreprise
- ❑Le français est la langue des échanges professionnels

Tableau 6 : Le Statut de la langue française

E.P.B	Le français est la langue du travail	%	Le français est la langue des échanges professionnels	%
	13	100%	13	100%



Commentaire

Concernant le statut de la langue française, tous les dirigeants questionnés 100 % ont répondu que le français est la langue du travail et des échanges professionnels. D'ailleurs c'est confirmé à travers le tableau 6 et le graphe 5. Or que ces résultats sont légèrement en contradiction avec les résultats du tableau 5.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Question 6 : Quels sont vos contacts avec les partenaires francophones ? Nature, langues utilisées ?

Tableau 7 : Contacts avec les partenaires francophones

EPB	Natures	Langue utilisée	Total
Échanges commerciaux	13	-	100%
Français	-	13	100%

Commentaire

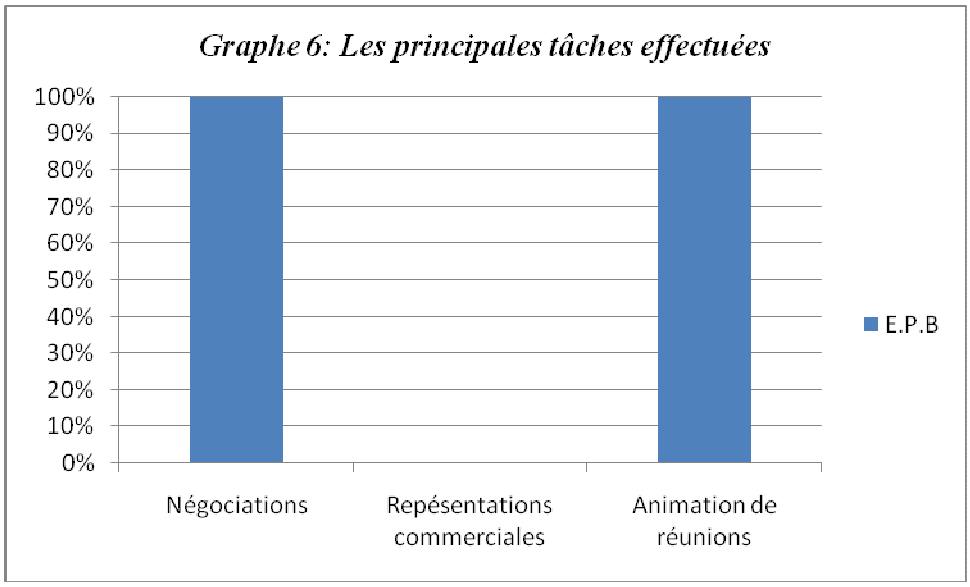
Pour la nature des contacts avec les partenaires francophones, les 13 dirigeants 100 % ont confirmé qu'ils sont d'ordre commercial c'est-à-dire que les contacts rentrent dans le cadre des échanges commerciaux. Pour les langues utilisées avec les partenaires francophones, 100 % des responsables ont confirmé que c'est le français.

Question 7 : Quelles sont les principales tâches effectuées par vos cadres ?

- ❑Négociations
- ❑Représentations commerciales
- ❑Animation de réunions

Tableau 8 : Les principales tâches effectuées.

Tâches principales	Négociations		Représentations commerciales		Animation de réunions	
E.P.B	13	100%	0	0%	13	100%



Commentaire

Les principales tâches effectuées par les cadres de l'EPB sont bien illustrées à travers le tableau 8 et le graphe 6. C'est-à-dire :

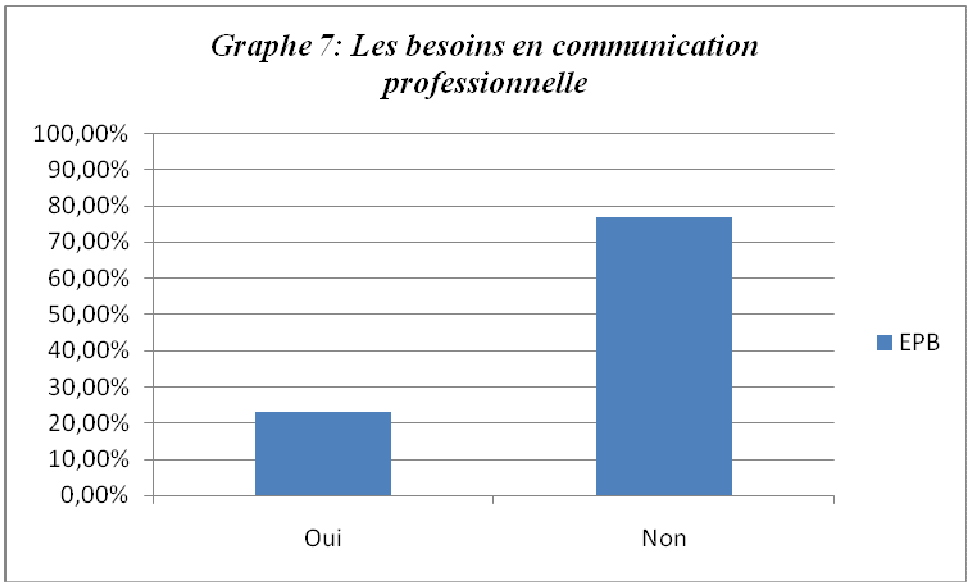
Animation de réunions, 100 % et négociations. Par contre nous avons 0 réponse pour les représentations commerciales (l'entreprise ne vend pas de produit, mais elle assure la prestation de services).

Question 8 : Votre entreprise formule-t-elle une demande précise quant à l'enseignement de la communication professionnelle qui vous est propre ?

❑Oui
❑Non

Tableau 9 : Les besoins en communication professionnelle

E.P.B	Oui	%	Oui	%
	03	23,07%	10	76.92%



Commentaire

D'après les résultats, 3 dirigeants ont répondu « oui » soit 3,07 % et 10 autres ont dit « non » soit 76,92%. Nous concluons que l'entreprise ne formule pas de demande précise quant à l'enseignement de la communication professionnelle qui lui est propre. Nous constatons que ce type de formation pour les cadres se fait sur le tas.

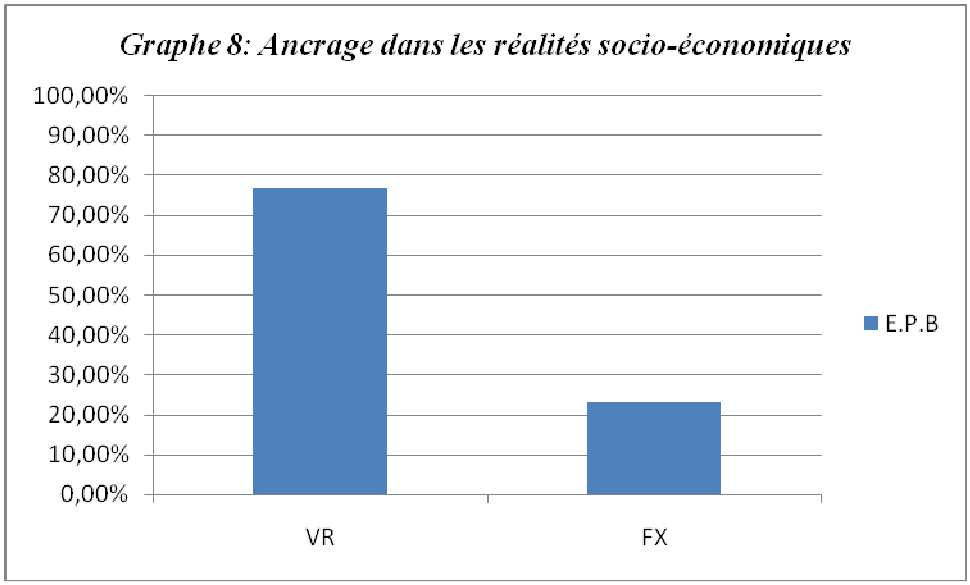
Question 9 : Dites si ce qui suit est vrai ou faux

- ❑Nos cadres (nouveaux recrutés) souffrent d'un manque d'ancrage dans les réalités socio-économiques.
- ❑Nous sommes satisfaits du niveau de notre personnel en ce qui concerne leurs compétences de communication en français.
- ❑Le personnel rencontre au quotidien des problèmes en ce qui concerne l'usage du français.
- ❑La formation dispensée à l'université répond aux attentes de l'entreprise.

a. Nos cadres (nouveaux recrutés) souffrent d'un manque d'ancrage dans les réalités socio-économiques.

Tableau 10 : Ancrage dans les réalités socio-économiques.

E.P.B	Vrai	%	Faux	%
	10	76,92	03	23,07



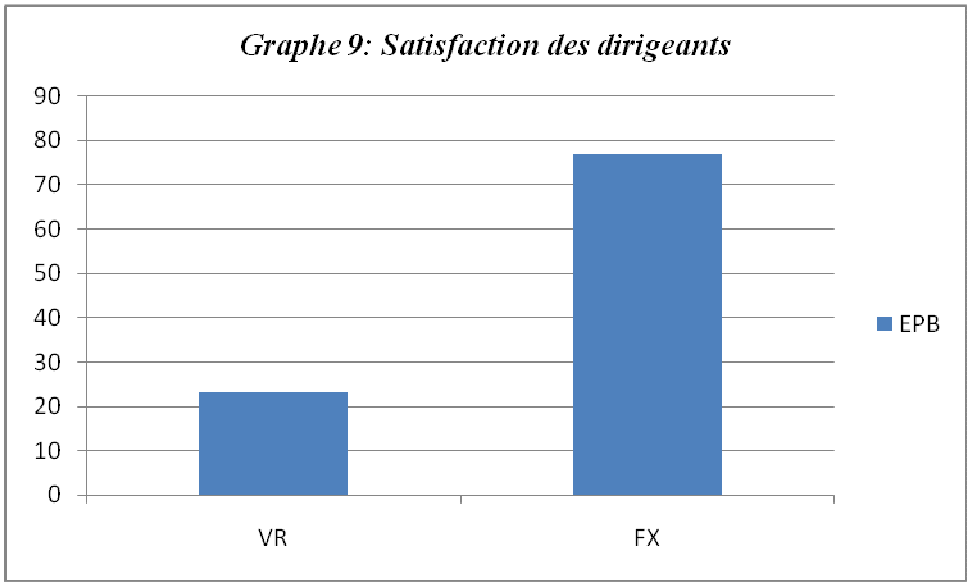
Commentaire

Pour cette question, nous avons 10 dirigeants qui ont répondu par « oui », c'est-à-dire 76,92 % et 3 autres soit 23,07 ont répondu par « Faux ».

D'après le graphe 8, nous remarquons que réellement, les cadres de l'EPB souffrent d'un manque d'ancrage dans les réalités socio-économiques.

Tableau 11 : Satisfaction des dirigeants

E.P.B	Vrai	%	Faux	%
	03	23,07	10	76,92



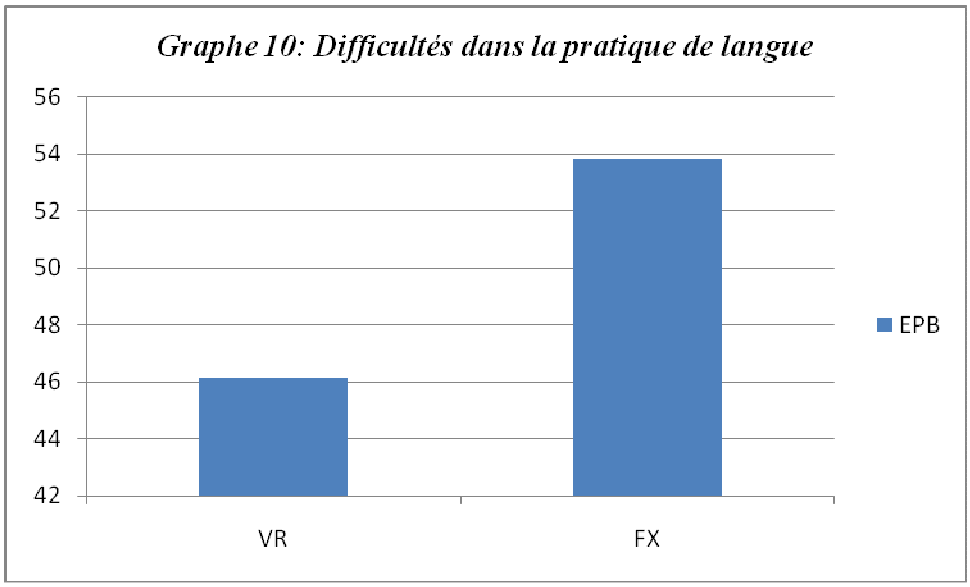
Commentaire

Nous avons pour cette question, 3 réponses pour « vrai », soit 23,07 % et 10 réponses pour « Faux », c'est-à-dire 76,92 %. Les dirigeants de l'entreprise sont insatisfaits de leur personnel en ce qui concerne leurs compétences de communication en français. Il nous semble que les activités que nous allons proposer dans ce travail de recherche seront d'un grand apport pour former de futur cadres.

b. Le personnel rencontre au quotidien des problèmes en ce qui concerne l'usage du français.

Tableau 12 : Difficultés dans la pratique de langue

E.P.B	Vrai	%	Faux	%
	06	46,16	07	53,85



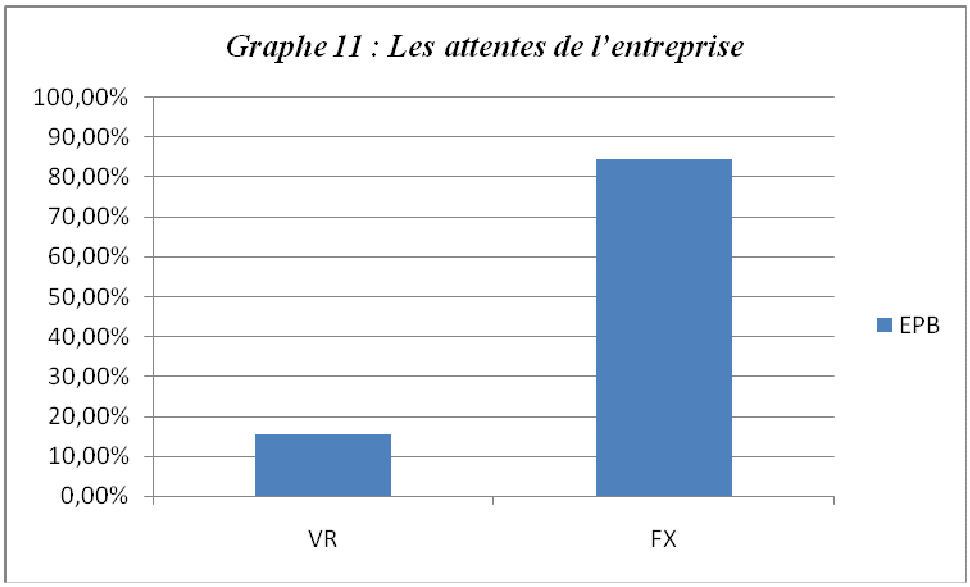
Commentaire

Six dirigeants parmi les personnes questionnées soit 46,16 % trouvent que c'est vrai qu'ils rencontrent au quotidien des problèmes en ce qui concerne l'usage du français et les 7 autres soit 53,85% ont confirmé le contraire. Nous constatons qu'il reste un nombre appréciable de cadres qui ont besoin d'une prise en charge relative à leur qualité de formation.

c. La formation dispensée à l'université répond aux attentes de l'entreprise.

Tableau 13 : Les attentes de l'entreprise

E.P.B	Vrai	%	Faux	%
	02	15,39	11	84.62



Commentaire

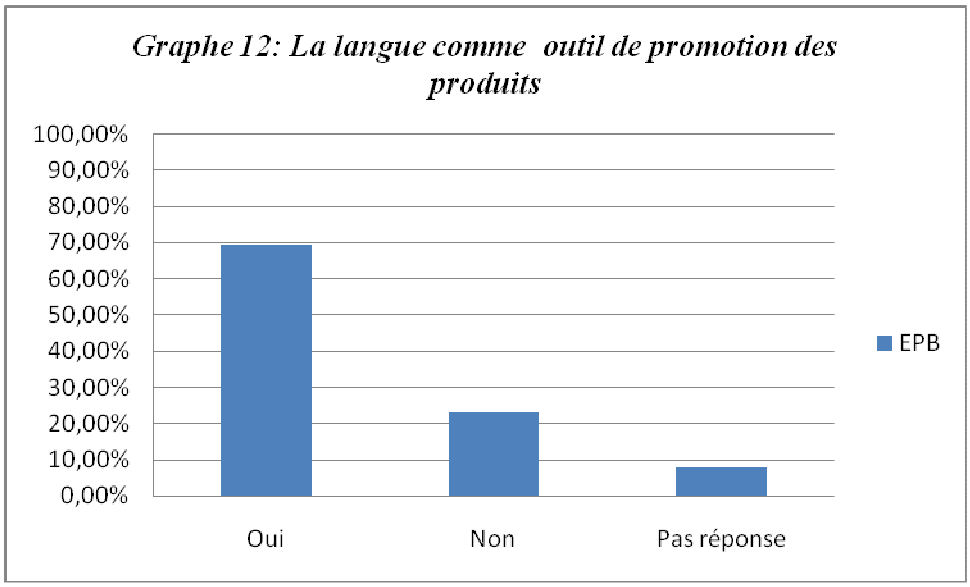
La plupart des réponses obtenues, c'est-à-dire 84,62 % sont négatives, nous n'avons que deux cas 15,39 % qui ont répondu vrai. Comme on peut le constater à travers le graphe 11, la majorité des personnes questionnées sont persuadées que la formation universitaire ne répond pas aux attentes de l'entreprise.

Question 10 : À la lumière de votre expérience, pensez-vous que la pratique du français au sein de l'entreprise constitue un argument utile que l'on doit mettre en avant, dans la communication sur les produits à destination du grand public ?

❑Oui
❑Non

Tableau 14 : La langue comme outil de promotion des produits

E.P.B	Oui	%	Non	%	Pas réponse	%
	09	69,24	03	23,08	01	8%



Commentaire

Comme nous le constatons à travers le tableau 14, neuf dirigeants soit 69,24% ont répondu par « oui », trois autres c'est-à-dire 23,08% ont répondu par « non »et nous avons un cas sans réponse.

Nombreux, sont les dirigeants de l'EPB qui pensent que le français doit être mis en avant dans le but d'améliorer l'image de l'entreprises.

Question 11 : Pour mieux préparer vos cadres à communiquer en français avec des partenaires francophones, quels sont les points que la formation universitaire devrait mieux ou plus traiter ?

Pour cette question, nous résumons les propos des dirigeants questionnés et rencontrés comme suit : en ce qui concerne la formation universitaire les dirigeants de l'entreprise sont évidements favorables à l'apprentissage et au renforcements des compétences en français d'autant que la bonne maîtrise du français a des conséquences sur la progression professionnelle des cadres .Pour mieux préparer nos cadres à communiquer en français avec des partenaires francophones, la formation dispensée ne devrait plus être seulement linguistique, mais surtout culturelle. Nous sommes face à une évolution où ce ne seront plus des produits qui seront échangés, mais également des signes, notamment dans le cadre des négociations commerciales. Dans un tel cadre, l'enjeu culturel est essentiel et la seule maîtrise de la langue ne peut pas permettre de négocier correctement.

Rapport-Gratuit.com

IV. RÉSULTATS DE L'OBSERVATION

1. L'observation de classe

Le cours de français de l'économie à l'université de Sétif est assuré par un enseignant de spécialité, il est organisé en séances de travaux dirigés et chaque groupe est composé de 40 étudiants.

Nous avons constaté que le cours de français est réduit à une simple question de terminologie, son objectif est de permettre à l'étudiant « d'enrichir son vocabulaire ». L'enseignant reproduit des textes qui ont l'avantage de permettre l'apprentissage du maximum de concepts économiques. Chaque concept est accompagné d'une définition exacte et de sa traduction dans la langue maternelle (Arabe). Pour aider les étudiants à « améliorer leur français d'après l'enseignante, une marge de temps est réservée à la conjugaison de certains verbes du texte étudié. L'enseignant monopolise la parole, les apprenants interviennent (rarement) pour répondre aux questions de l'enseignante mais ils ne communiquent pas.

Pour ce qui est du cours de français donné à l'université de Béjaia, il est assuré par un enseignant de FLE, organisé sous forme de « cours magistral ». Les étudiants du département sont divisés en deux sections, chaque section contient 250 apprenants.

Le cours de français de l'économie à l'université de Béjaia est réduit à une simple séance de lecture de documents. Les conditions dans lesquelles, le cours se déroule « cours magistral » ne sont pas propices pour l'apprentissage.

2. L'observation de postes de travail dans l'entreprise portuaire de Béjaia

Pour mener à bien notre tâche d'analyste, nous sommes passée à de nombreux postes de travail pour bien comprendre les principaux types de tâches qui doivent être maîtrisés en priorité. Nous les résumons ainsi :

- Langue de contexte professionnel immédiat

Expliquer une difficulté rencontrée dans le travail, présenter son entreprise et décrire son emploi, prendre des rendez-vous et organiser des voyages d'affaires,

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

recevoir des partenaires organiser des études de marchés et des compagnes publicitaires, présenter des résultats, des chiffres, négocier des contrats, s'occuper des commandes et des livraisons et enfin négocier avec des clients.

Langue des contacts sociaux élémentaires

Formuler des salutations, savoir parler des événements de l'entreprise, savoir parler de sa famille, de ses tâches professionnelles.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

V. RÉSULTATS DE L'ANALYSE ET VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES DE SENS

⏩⏩Dans la plupart des programmes de formation, les activités d'expression orale sont insuffisantes.

Comme nous l'avons constaté à travers notre petite enquête, il n'est pas exagéré de dire que nos apprenants du département des sciences économiques, n'ont à peu près jamais reçu d'enseignement formel en langue orale. La pratique de l'oral dans nos deux universités se résume pour les enseignants à évaluer de temps à autre des exposés au cours desquels, le plus souvent, les étudiants oralisent un texte préalablement écrit. Nous pensons que cette hypothèse peut être confirmée.

⏩⏩Manque de cohérence entre les objectifs d'enseignement et les besoins des apprenants.

Cette hypothèse postule que les cours dispensés ne constituent pas une réponse adaptée aux besoins de formation de nos apprenants. Nous pensons que cette hypothèse peut être validée. À l'issue de notre enquête, nous avons pu constater que les objectifs d'enseignement sont définis autoritairement par l'enseignant qui ne tient compte ni des intérêts, ni des besoins ressentis par les apprenants, lesquels sont jugés incapables de participer utilement à l'élaboration des projets d'études qui les concernent. Les objectifs d'un cours découlent de la prise en compte des « besoins langagiers » des publics intéressés, ils résultent plus précisément d'enquêtes auprès des demandeurs, de négociations entre partenaires de l'acte éducatif. Toutefois, ils ne dérivent pas directement des besoins recensés (qui ne peuvent représenter qu'une partie des besoins réels du public interrogé) et ils sont périodiquement remis à jour pour intégrer les changements qui pourraient survenir en cours de formation.

⏩⏩La méthodologie développée en FOS aiderait nos étudiants à acquérir les savoir-faire langagiers exigés pour développer l'expression orale.

Nous voulions dire par cette hypothèse, qu'à la différence de la méthodologie habituelle « généraliste » la méthodologie FOS serait la plus efficace. Nous pensons que cette dernière peut être validée grâce aux éléments suivants :

- L'objectif de la méthodologie généraliste reste global, « enseigner le français », ses contenus concernent la vie quotidienne, et sa démarche vise à une répartition équilibrée entre toutes les compétences.
- L'enseignant se préoccupe des documents disponibles dans son environnement que d'une analyse de situations cible.

Nous ne nierons pas que la démarche généraliste a produit un grand nombre de méthodes utiles, mais nous estimons que ce type de méthodologie ne Permet pas d'atteindre les objectifs professionnels des apprenants. Le grand intérêt du FOS sur le plan méthodologique réside dans la cohérence, le lien explicite qu'il établit entre besoins des apprenants et objectifs de cours. Les besoins permettent de délimiter clairement un espace particulier à étudier. L'objectif affiché conditionne les contenus des cours.

⏩⏩Décalage entre la formation dispensée et les attentes des chefs d'entreprises

En termes de compétences langagières, les chefs d'entreprises attendent bien sûr, une meilleure performance de leurs cadres en matière de communication en langue de spécialité, que ce soit dans l'accueil des clients, dans l'animation des réunions, dans la rédaction d'écrits professionnels. Or, comme nous l'avons constaté, ces préoccupations sont totalement absentes dans les contenus de formation, ce qui nous permet de parler réellement d'un vrai décalage entre l'objectif de la formation et les attentes des chefs d'entreprises.

Chapitre 4

Élaboration pédagogique

I. Objectifs

Ce cours s'adresse aux étudiants universitaires qui étudient le français comme langue étrangère dans la faculté des sciences économiques.

L'objectif recherché à travers ces activités que nous proposons est d'entraîner les apprenants à s'exprimer avec une certaine aisance dans les situations courantes de la vie active et de les rendre aptes à réaliser un certain nombre de tâches dans l'entreprise.

Pour être opérationnel, l'apprenant doit être capable d'assurer, en langue-cible, les fonctions de la base de l'accueil- assistance et de la commercialisation simple (achat, vente, marketing) ce qui va lui permettre de s'insérer dans le monde du travail en connaissant les grandes lignes de son environnement professionnel et des tâches qui lui incombent. Les activités sont donc regroupées par secteur d'activité.

Service du personnel

- Se présenter pour un emploi.
- Poser sa candidature. Présenter son entreprise et décrire son emploi.
- Recrutement.

Secrétariat

- Prendre des rendez- vous.
- Recevoir des partenaires.
- Prendre et maintenir le contact au téléphone.

Service marketing

- Présenter des résultats, des chiffres et les comparer.
- Organiser des études de marché et des compagnes publicitaires.

Service commercial

- S'occuper des commandes et des livraisons.
- Négocier des contrats.
- Négocier avec des clients et fournisseurs.

Dans chaque cas, il s'agira de rendre les apprenants capables de participer à une conversation, d'établir et de maintenir des contacts téléphoniques.

Les activités et leur utilisation réaliste place les apprenants dans une situation professionnelle vraisemblable. Elles sont conçues autour d'une démarche pédagogique active, elles intègrent l'apport de la vidéo.

Cet ensemble pédagogique comprend des enregistrements pour la classe sous la forme d'un CD vidéo. Le message de la vidéo est compris globalement grâce à des informations visuelles immédiatement accessibles et l'audio permet de porter l'attention sur la prononciation et l'intonation.
Le contenu du CD permet à l'apprenant, d'une part, d'observer et d'identifier les moyens verbaux et non verbaux mis en place, et d'autre part, de se familiariser avec les implicites culturels.

II. LES PRINCIPES D'APPLICATION DES ACTIVITÉS PROPOSÉES

-Travail de groupe

-Rôle du professeur : **animateur**

-Activités de pratique orale **encadrées**

Lors de ces activités, l'apprenant met en pratique l'utilisation de certains aspects linguistiques (morphosyntaxe, grammaire, vocabulaire et prononciation), tout en étant corrigé pour être capable, par la suite de réutiliser ces différents aspects de la langue française sans commettre d'erreurs.

- Activités de pratique orale **libres**

Ces activités portent d'avantage sur la communication

- Mettre l'apprenant dans des situations de **communication authentique**

- **Impliquer les apprenants** dans la construction du sens en faisant appel à leur intelligence, leur créativité.

-**Construire le sens** avant de s'intéresser aux formes

III. PLAN DE FORMATION

Objectif global : Réussir son expression orale en entreprise.

Moment 1

Objectif général : Se préparer à la prise de parole

Objectifs opérationnels :

- Identifier les différentes situations de communication.
- Dégager l'objectif final de la prise de parole.
- Repérer les spécificités du discours oral (le verbal et le non verbal).

Moment 2

Objectif général : Prendre la parole, présenter de manière efficace

Objectifs opérationnels :

- Optimiser, mettre en œuvre les moyens linguistiques efficaces : verbal et non verbal.
- Gérer sa prise de parole : le stress, le temps
- Adapter sa prise de parole à la situation de communication (comment distribuer la parole)
- Développer une expression efficace.

IV. ACTIVITÉS

MOMENT I SE PRÉPARER A LA PRISE DE PAROLE

VISIONNAGE DE SÉQUENCES

Activité 01	Identifiez les différentes situations de communication

a. Prise de connaissance du passage 1 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait (qui parle ? A qui ? Où ?)

Extrait 1 : Une discussion en famille.

b. Prise de connaissance du passage 2 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait.

Extrait 2 : Un entretien.

c. Prise de connaissance du passage 3 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait.

Extrait 3 : Une réunion.

d. Prise de connaissance du passage 4 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait.

Extrait 4 : Une réunion.

e. Prise de connaissance du passage 5 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait.

Extrait 5 : Une conférence de presse.

f. Prise de connaissance du passage 6 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait.

Extrait 6 : Une conférence.

g. Prise de connaissance du passage 7 du document support 1.

Repérage des caractéristiques de l'extrait.

Extrait 7 : Une assemblée générale.

Rapport-Gratuit.com

Activité 02	Dégagez l'objectif final de la prise de parole

a. Reprise de connaissance du passage 1 du document support 1.
Détermination de l'objectif final de la prise de parole.

b. Reprise de connaissance du passage 2 du document support 1.
Détermination de l'objectif final de la prise de parole.

c. Reprise de connaissance du passage 3 du document support 1.
Détermination de l'objectif final de la prise de parole.

d. Reprise de connaissance du passage 4 du document support 1.
Détermination de l'objectif final de la prise de parole.

e. Reprise de connaissance du passage 5 du document support 1.
Détermination de l'objectif final de la prise de parole.

Activité 03	Repérer les spécificités du discours oral

a. Comportement non verbal (visionnage des séquences sans le son).

- Prise de connaissance des séquences du document support 2.
- Décodage des signes non verbaux (regards, gestuelle, proxémique, mimique) et interprétation.

b. Comportement verbal (visionnage des séquences avec le son).

- Reprise de connaissance des séquences du document support 2.
- Étude du ton et l'intonation en conjonction avec l'observation des comportements gestuels.

Dans un premier temps, les apprenants visionnent d'abord les séquences du document support 2 ou une partie sans le son, afin de ne pas être tentés de porter toute leur attention sur le verbal au détriment du travail sur le non verbal.

Dans un deuxième temps, nous ferons visionner les séquences avec le son. Ce nouveau visionnage permettra de vérifier si les hypothèses précédentes étaient justifiées et les affiner, et voire comment un personnage exprime son intention de communication à un moment donné ou comment il réagit dans la situation.

Activité 04	Bilan collectif et réflexions sur les éléments et les différentes situations de communication en entreprise.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

MOMENT II PRENDRE LA PAROLE

Service du personnel

Activité 05 Jeu à deux

Les deux joueurs font un stage à l'E.P.B. Ils cherchent à compléter leurs connaissances sur l'entreprise : organigramme, noms des responsables.

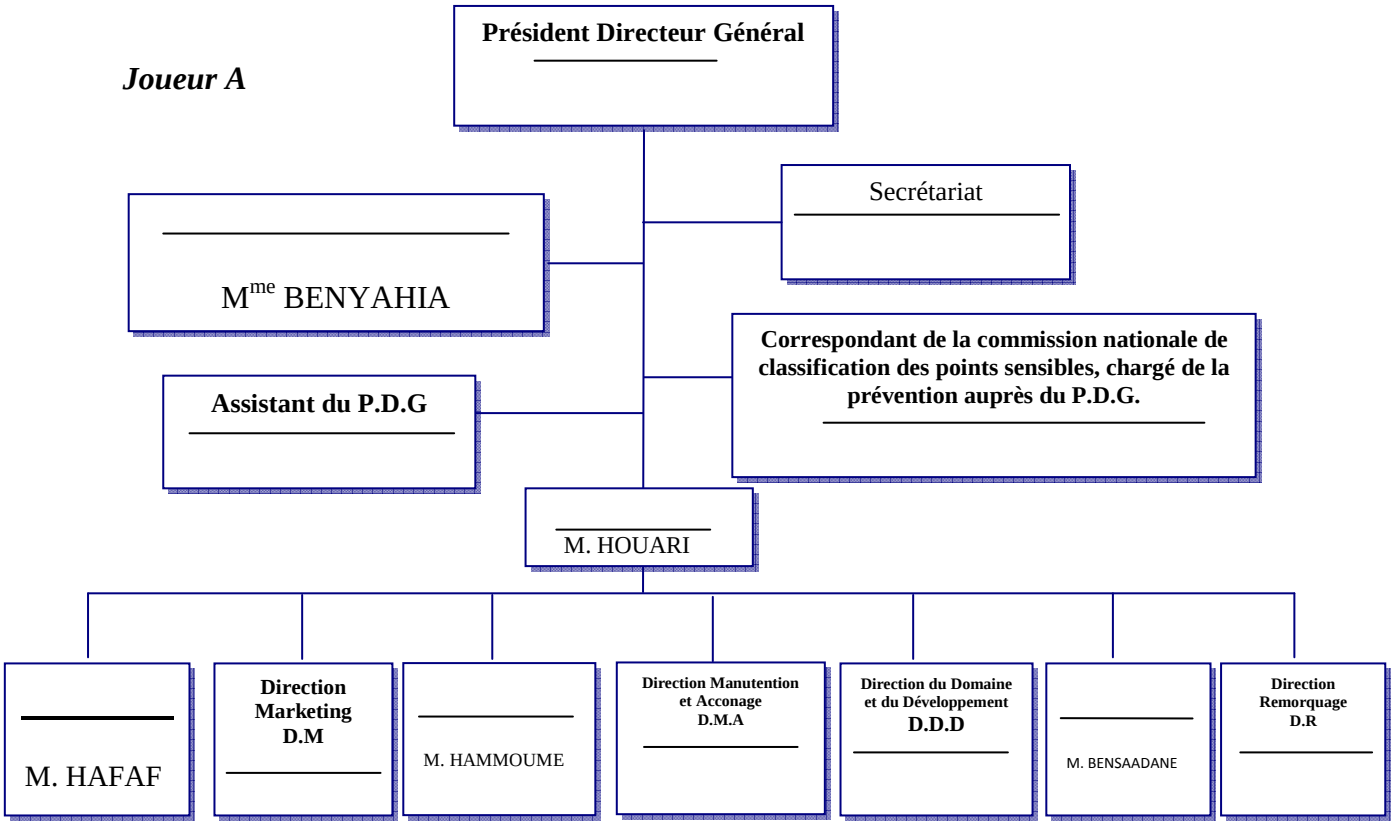
Exemples de questions à poser :

- Qui est responsable du service…. ?
- Dans quel service travaille…. ?
- Comment s'appelle le P.D.G de l'entreprise ?

Posez-vous des questions à tour de rôle. Le joueur A commence, les indications pour le joueur B se trouvent en annexe.

Organigramme de l'entreprise portuaire de Béjaia (E.P.B.)

Joueur A



a. Présenter la situation. Vérifier que le vocabulaire est connu.

- Un organigramme permet de visualiser les principales directions (fonctions) de l'entreprise, et la répartition des pouvoirs, des responsabilités et des tâches.
- Le P.D.G : c'est-à-dire le président directeur général, qu'est élu à la tête de l'entreprise.

b. Procéder ensuite au jeu à deux.

c. Pour finir, demander à huit participants de prendre les rôles du PDG et des sept directeurs de directions de l'E.P.B. pour présenter leur direction.

Activité 06 Réunion

Une fois par an, l'E.P.B. réunit tous ses employés.

C'est l'occasion pour les deux stagiaires de rencontrer tout le monde.

Prenez le rôle d'un membre (responsable) de L'E.P.B. Présentez-vous et présentez vos collègues aux stagiaires.

Dans cette activité, les joueurs devront faire connaissance, se présenter, présenter leurs collègues.

Demander aux participants (joueurs) de choisir leur rôle. Le PDG commencera par souhaiter la bienvenue aux employers, puis les invités feront connaissance.

Activité 07	Le recrutement d'une assistante au service des ventes

Simulation d'une réunion à laquelle participent le chef du personnel et le chef du service des ventes.

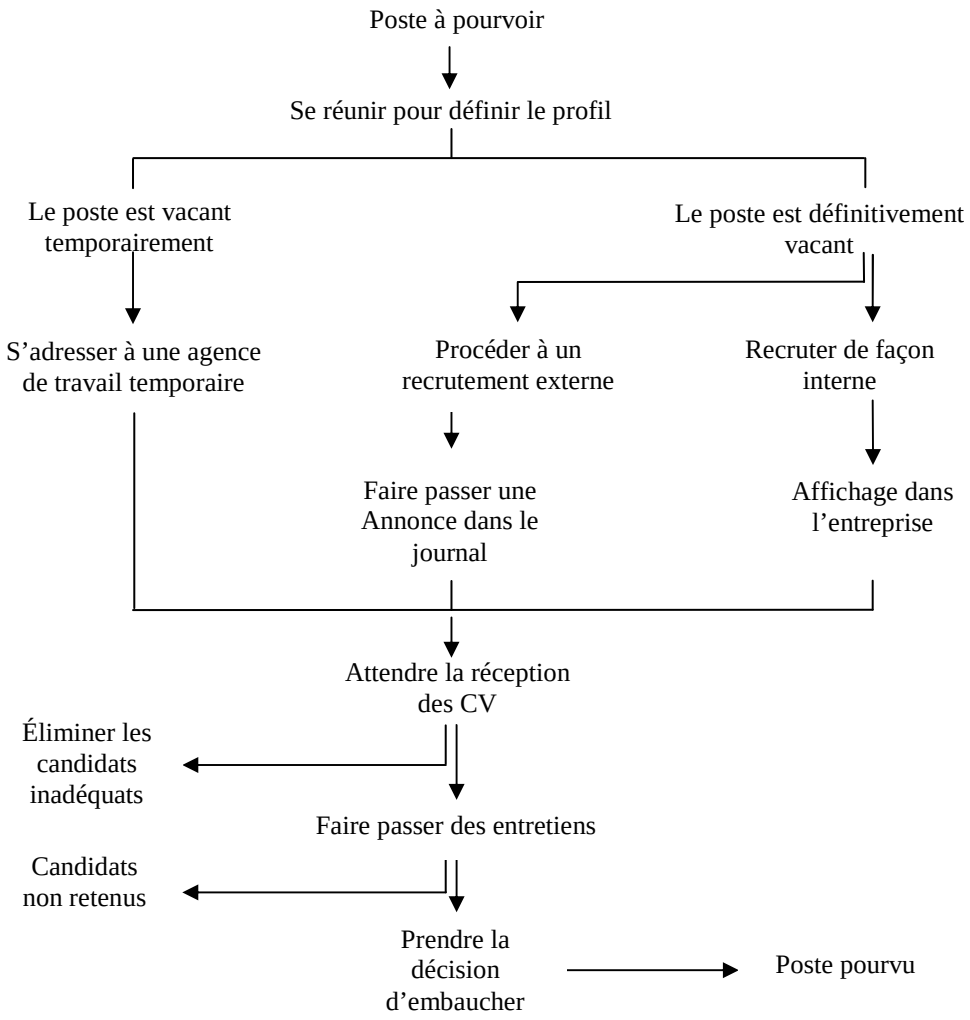
***Joueur A* :** prenez le rôle du chef des ventes. Expliquez que vous avez besoin d'une assistante.

Raison : départ à la retraite d'une collègue. Insister pour que cette secrétaire commence au début du mois prochain.

Joueur B : Prenez le rôle du chef du personnel. Vous n'êtes pas sûr de pouvoir la recruter pour le début du mois prochain.

Expliquez au chef du service des ventes votre méthode de recrutement en utilisant le tableau suivant. Employez le futur.

Méthode de recrutement



Dans cette activité, les participants auront à :

- Décrire un candidat.
- Décrire un poste de travail.
- S'informer et informer sur les méthodes de recrutement.
- Présenter la situation en indiquant le thème à discuter. Poser quelques questions pour introduire le thème des méthodes de recrutement.

Recrutement :

Quand un poste est vacant (c'est-à-dire libre), l'entreprise recherche un candidat pour pourvoir à ce poste (pour l'occuper).

Le recrutement peut se faire directement dans l'entreprise. C'est ce qu'on appelle le recrutement interne.

Le recrutement externe se fait par voie d'annonces.

- Jouer la situation deux pas deux.

Activité 08 Discussion

L'entreprise a sélectionné deux candidats pour un entretien. Voici leur curriculum vitae. Leurs profils sont très différents. L'un des candidats a été éliminé et l'autre a obtenu le poste.

Qui a été choisi comme directeur /-trice ? Pour quelles raisons ?

CURRICULUM VITAE

M. KERMALI
Bd , de la révolution Quartier Seghir, Béjaia 06000
Né le 20/11/1977
Célibataire

ÉTUDES
1994 : BAC
1995-1999 : Licence en Sciences économiques option Gestion
2000 : Participation à un séminaire de management (3 mois)
2003 : Participation à un séminaire sur la gestion de la qualité (2mois)
2004 : Participation à un séminaire sur le Marketing Moderne (3mois) en France
2006 : Formation d'une durée de six mois en Business English

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE :
2000-01 : Attaché administratif/ Danone, Béjaia, Algérie
2001-03 : Responsable commerciale/Danone, Béjaia, Algérie
2003-06 : Chef de département Marketing/Danone, Béjaia, Algérie

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES :
Langues étrangères : anglais et français
Informatique : Maîtrise parfaite de l'outil informatique (Soft et Hard)

CENTRES D'INTÉRÊT :
Voyages : Europe, Afrique noire, Australie

CURRICULUM VITAE

Mme BOUHAMZA
Ihddaden, Béjaia, Algérie.
072 23 53 89
Née le 30/06/1976
Mariée

ÉTUDES
1996 : BAC série lettre étrangère
1996-2001 : Licences en Sciences économiques option : Finances
2002 : Stage (3 mois) en secrétariat bureautique.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE :
2002-03: Assistante à la direction commerciale /Air Algérie
2004-05: Attachée commerciale/SAA
2005-06 : Responsable commerciale / Vaslin Textile

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES :
Langues étrangères : Français, anglais, arabe

CENTRES D'INTÉRÊT :
Sports, lecture, cinéma

Cette activité propose de simuler un entretien d'embauche.

Les participants discuteront en petits groupes sur les candidats. Ils seront ensuite amenés à jouer l'entretien.

Personnages : un employeur et un candidat.

Activité 09 Jeu de rôles à deux (A et B).

Vous êtes dans le bureau du chef du personnel et vous recevez un candidat à un poste vacant dans votre entreprise :

- Demander au candidat pourquoi il a posé sa candidature.
- Lui poser des questions sur certains points du curriculum vitae.
- Présenter le poste le plus clairement possible, en répondant aux questions éventuelles du candidat.
- Lui fixer un délai pour votre réponse définitive.

Prenez les rôles du responsable et du candidat :

Activité 10 Recrutement

***Situation 1* :** M. BENSAADAN chargé du recrutement à la direction Capitainerie a reçu trois candidatures avec son assistante, Mme CHERIFI. Elle compare les trois CV pour finalement convoquer deux des trois candidates à un entretien.

Jouez la conversation en insistant sur les éléments des CV qui permettent de justifier le choix en faveur de Mmes MANSOURI et BELAID.

***Situation 2* :** M. BENSAADAN suggère à Mme de prendre contact avec les deux candidates, par téléphone, afin d'accélérer le processus de sélection.

Jouez la conversation.

Situation 3 : Mme BELAID n'est pas chez elle. M. BENSAADAN vous charge de lui laisser un message sur son répondeur.

Transmettez le message en n'oubliant pas d'indiquer clairement les coordonnées de la direction Capitainerie (E.P.B), ainsi que le nom de la personne à contacter et les références du poste.

Activité 11 Discussion

On vient de proposer à M. Lounis un poste de gérant à Alger.

Lui conseillez-vous de l'accepter ? Trouvez des arguments pour et contre ce poste et exprimez-les au futur.

	POSTE ACTUEL À BEJAIA	POSTE À ALGER
Salaire brut	**30 000 DA/mois**	**45 000 DA/mois**
Responsabilités :		
Nombre d'employés	18	40
C.A (chiffre d'affaires)	45 millions de DA	110 millions de DA
Avenir	bon	excellent
Vacances	6 semaines	5 semaines
Trajet au travail	10 minutes	40 minutes
Coût de la vie		+ 10%
Loyer/appartement		+ 25%

Dans cette discussion, les participants devront employer le futur pour décrire le poste de travail proposer.
Ils devront aussi comparer les deux postes et donner leur avis sur celui qui leur paraît le plus intéressant.

Service secrétariat

Activité 12 Jeu à deux : réservation/réclamation

Situation1 : votre directeur doit aller à Paris pour une réunion d'affaires qui durera trois jours. Appelez une agence de voyage, renseignez-vous sur les horaires et faits votre réservation.

Situation2 : Aujourd'hui, le 20/06, vous avez toujours reçu ni confirmation ni facture pour la réservation faite le 10/06. Pourquoi ?

Prenez les rôles de la secrétaire et de l'employé de l'agence.

Cette activité permet aux participants de s'entraîner à informer et à s'informer sur les horaires.

Demander aux participants de former des paires afin de procéder au jeu a deux.

Activité 13 Simulation : organisez le repas d'affaires

***Situation* :** un contrat « intéressant » pour l'E.P.B.. Afin de discuter des termes du contrat, deux journées de travail sont organisées.

Les directeurs des entreprises concernées se rencontrent :

- M. MOUSSAOUI, PDG de l'E.P.B..
- M. CHARLES, le client.
- M. BELMAR, sous-traitant.

La secrétaire de M. MOUSSAOUI, prépare cette rencontre. Le soir de leur arrivée à Bejaia, M. MOUSSAOUI invite ses partenaires au restaurant pour faire connaissance. Les discussions au sujet de contrat n'auront lieu que le lendemain.

Situation1 : *a*vant l'arrivée des partenaires de M. MOUSSAOUI, la secrétaire Mme BOUHAMOU est chargée de faire des réservations.

Prenez les rôles de la secrétaire et des employés de l'hôtel CRISTAL et du restaurant. Jouez les dialogues.

NOTE INTERNE

Date : le 15

De : M. MOUSSAOUI
À : Mme BOUHAMOU

SURTOUT, N'OUBLIEZ PAS !

1. Réserver chambre au CRISTAL pour : - M. CHARLES
   - M. BELMAR
   Dates : 23-25
2. Réserver table pour 4 personnes au restaurant : le 23 à 20 heures.
3. Accueillir M. CHARLES à l'aéroport, le 23.
   Arrivée : 17heures.

Rapport-Gratuit.com

Situation2 : le repas**.**

Ce soir, pas de thèmes professionnels approfondis ! Vous faites connaissance.

Voici des idées pour animer la conversation :

Votre voyage s'est bien passé.

Les différences culturelles vous passionnent.

Vous connaissez très bien l'Algérie.

Vous appréciez la cuisine bougiote.

Voilà l'occasion d'échanger vos idées sur l'économie et la politique.

Vous êtes satisfait de votre hôtel.

Téléphoner pour réserver une chambre à l'hôtel, et une table au restaurant ; se présenter.

- Présentation de la note interne.
- Présentation de la situation.
- Faire lire à haute voix la note interne. Attirer l'attention des participants sur sa présentation en leur posant quelques questions.
- Demander aux participants de jouer, deux par deux les situations au téléphone et à l'aéroport. Ensuite leur demander de former des groupes de quatre et de choisir leurs rôles.
- À la fin, demander à chaque groupe d'expliquer brièvement au reste de la classe comment s'est passé ce repas d'affaire.

Activité 14	Simulation : Prendre rendez-vous

Téléphonez à votre partenaire pour prendre rendez-vous avec votre chef.

Prévoyez une durée de deux heures pour cette rencontre.

Joueur A : voici l'agenda de votre chef.

Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi
9h-10h	**9h15-11h15**	**9h30-11h30**	**9h-10h**	**9h-10h**
Courier	Écrire rapport	Visite	Courier	Courier
13h-16h	**14h-15h**		**12h-14h**	
Réunion/chef du personnel	Rendez-vous /stagiaires		Déjeuner/PDG	

Joueur B **:** voici l'agenda de votre chef.

Samedi	Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi
9h15-12h15	**9h-11h**	**9h30 - ?**	**10h30-11h30**	
Stagiaires Présentation	Lire dossier	Rendez-vous / clients	Rencontre /chef des ventes	
	11h30-12h30		**13h-17h**	
Réunion/chef du personnel	Réception des nouvelles machines/instruction entretien		Préparation séminaire	
	16h- ?			
	Réunion de service			

Présenter la situation puis demander aux participants de former des paires pour jouer les rôles des deux secrétaires.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Service marketing

Activité 15 Publicité orale

Responsable d'une agence spécialisée dans la conception de messages publicitaires pour la radio, vous avez été contacté par l'E.P.B. qui souhaite faire une compagne de lancement de ses services, sur les ondes.

On vous demande de concevoir trois messages radiophoniques, de 30 à 50 secondes chacun, pour les services suivants :

- Le transit des passages et de leurs véhicules par la gare maritime du port de Béjaia.
- Assurer la police et la sécurité dans les limites portuaires.
- La location de remorqueurs et le transport de matériels.

N'oubliez pas de trouver un slogan accrocheur pour chacun des services.

Activité 16 Rapport d'activité premier semestre 2007

Chiffre d'affaires : Résultats comparés[1]

	1er semestre 2006	2ème semestre 2007	Var en %	Objectifs 2007	Taux de réal en %
Redevances portuaires	115.664	130.920	13,18	236.732	55,30
Manutention	239.757	281.909	285,786	485.786	58,03
Remorquage	186.628	214.633	412,456	412.456	52,03
Pilotage amarrage	104.001	118.729	252.206	252.206	52,72
Taxes et services	99.340	102.588	234.280	234.280	43,78
Total	745.390	848.780	13,87	1.593.860	53,25

Commentez le graphique ci-dessus

[1] Bilan 1er semestre 2007 E.P.B

Pour cette activité, on peut aider les participants en leur posant quelques questions pour lire ce tableau.

Exemple

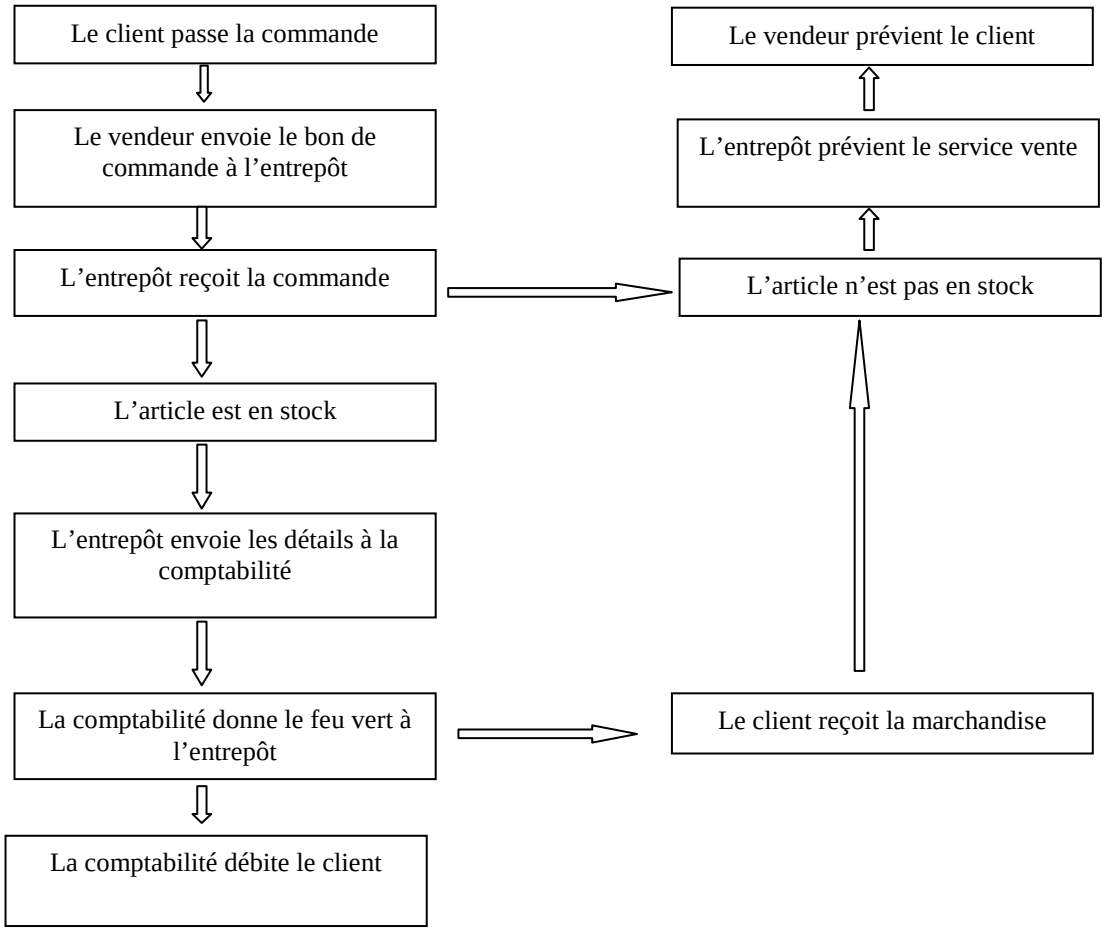
-D'une manière générale, si on observe le tableau, qu'est-ce qu'on observe ?

-Il s'agit de montrer comment présenter des chiffres à un public.

Service commercial

Activité 17 Réclamation

Situation : Le client s'impatiente. Il trouve les délais de livraison trop longs. Expliquez-lui, à l'aide du schéma ci-dessous, la procédure depuis la prise de la commande jusqu'à l'envoi des marchandises chez le client.



- Faire lire ce schéma.

Quand le client passe la commande, le vendeur envoie le bon de commande à l'entrepôt.

Quand l'entrepôt reçoit, on vérifie si l'article est en stock…

- Faire jouer la situation deux par deux.

Activité 18 Jeu à deux

Joueur A : le client

Joueur B : le fournisseur

Le client a acheté une machine. Selon les conditions de vente, un monteur doit assurer le montage de la machine. Tout est prêt, mais le fournisseur n'a pas de nouvelles du monteur.

***Situation 1* :** le fournisseur appelle le monteur pour lui demander ce qui se passe. Le monteur s'excuse et s'explique. Ils se mettent d'accord sur une date, le matériel à préparer et l'hébergement du monteur.

Jouez la conversation téléphonique.

***Situation 2* :** le fournisseur appelle le client. Il n'a pas trouvé de monteur. Le client est mécontent. Il rappelle au fournisseur les conditions de vente et menace de ne pas respecter les conditions de paiement.

Jouez la conversation téléphonique.

Dans ce jeu, les participants doivent trouver des solutions aux nouveaux problèmes. Ils seront donc amenés à poser leurs conditions avant de se mettre d'accord.

Faire résumer oralement la situation puis demander aux participants de jouer la situation deux par deux.

Rappeler aux apprenant que l'objectif de l'activité est de poser des conditions

Exemple

Situation1 :

- Si la machine est arrivée, nous allons envoyer un monteur.

Situation 2 :

- Si le monteur n'arrive pas demain, je ne paie pas !

Activité 19 Erreur dans l'exécution de la commande

***Joueur A* :** Vous représentez l'E.P.B. Vous venez de recevoir votre commande passée le 03/09. Or la marchandise ne correspond pas à celle qui est indiquée dans votre lettre. Vous avez reçu :

Deux grues réf. MD 485B M20, dont le prix unitaire est de 45 000 euros au lieu de 4 grues réf. MD 345B L12, dont le prix unitaire est de 40000 Euros.

Téléphonez à l'entreprise Potain pour demander des explications. Insistez pour régler le problème le plus vite possible et à votre avantage.

***Joueur B* :** vous représentez l'entreprise Potain, répondez à votre client.

Expliquez-lui pour quelles raisons la marchandise ne correspond pas à celle commandée. Cherchez une solution à votre avantage. Vous pouvez proposer à votre client :

- Soit d'échanger la marchandise (attention, transport à votre charge),
- Soit de reprendre la marchandise et de la rembourser,
- Soit de lui accorder une remise s'il garde la marchandise remise.

Cette activité permet de voir comment faire des réclamations.

- Faire résumer oralement la situation.
- Voire oralement comment réclamer et s'excuser.

Réclamer :

- Il y a erreur sur la date/sur le nombre…
- Vous vous êtes trompé.
- Je regrette de vous dire qu'il y a erreur/ de constater que….

S'excuser :

- Toutes mes excuses pour cette erreur.
- Je regrette vivement cette erreur.
- Nous allons procédé à la rectification nécessaire.
- Demander aux participants de jouer deux par deux les rôles du client et du fournisseur.

Conclusion

Conclusion

Apprendre aux étudiants de la faculté des sciences économiques, (universités de Béjaia et Sétif) à s'exprimer oralement dans une situation professionnelle, tel est l'objectif de notre recherche. Nous arrivons au terme de notre travail, et il serait abusif de prétendre que nous avons toutes les réponses au problème posé au départ, à savoir : comment développer l'expression orale du français de l'économie ?

Concernant l'enseignement de l'oral en français de l'économie dans nos deux universités, nous avons pu constater à travers notre enquête qu'il n'existe pas de tradition d'enseignement de l'oral. La langue orale demeure mal connue, appréhendée à partir de l'écrit et souvent abordée pour améliorer l'écrit.

Contrairement aux traditions, nous ne reprendrons pas ici les conclusions partielles de ce travail. En revanche nous voulons réaffirmer quelques idées abordées dans les chapitres précédents et proposer une perspective pour l'avenir du cours du français de l'économie.

D'abord, pour l'enseignant de français de l'économie, il ne s'agit plus d'amener l'apprenant à connaître la langue française, mais de le rendre apte à faire « quelque chose» à l'aide du français.

De plus, les stratégies d'enseignement et l'élaboration du matériel nécessitent une adaptation attentive aux besoins des apprenants. L'enseignant doit pour cela apprendre à s'adapter à différents publics et domaines de spécialité.

Aussi, dans cette conception de l'apprentissage, nous proposons une réforme assez radicale du cours du français de l'économie :

- Le cours ne devrait plus être réduit à une simple question de terminologie ou à une simple séance de lecture de documents.

- Les heures dont on dispose pour l'ensemble du cursus des étudiants ne devraient plus être toutes centrées dans les deux premières années de la formation, mais étalées sur les trois dernières années.
- Fonder l'entraînement en langue sur des activités d'apprentissage en situation telles que : études de cas, simulation et entraînement à des exposés professionnels.
- Organiser le programme autour de thèmes tels que le management, l'entreprise et l'économie de l'entreprise… Les étudiants peuvent ainsi relier ce qu'ils font dans leur cours de langue avec leurs études principales et y trouvent de la motivation. De plus, ils sont encouragés à transférer leurs connaissances théoriques en finance et en économie, en particulier lors de discussions d'études de cas ou de simulation.
- L'enseignant du français de l'économie devra veiller à adopter une attitude personnelle d'écoute et de validation (c'est-à-dire reconnaissance et éloge de l'apprenant) et à promouvoir un tel climat relationnel entre les apprenants. La sécurité qui en résultera s'avère essentielle pour la libération de la parole.
- Les étudiants d'économie devraient effectuer des sorties sur le terrain dans les entreprises de la région dès la première année universitaire. Certes, il y a des apprenants qui effectuent des stages pratiques en milieux industriels pendant l'été (à la fin de la quatrième année) mais malheureusement, ces stages ne sont que le résultat de contacts personnels et non de contacts régis par des conventions entre les entreprises et la faculté ou l'université.

Enfin, partant de la constatation qu'un vécu est essentiel à l'apprentissage, nous proposons de mettre en relation les apprenants (durant l'année universitaire) avec des hommes ou femmes d'affaires francophones ou bien encore des familles de langue française, afin de les sensibiliser davantage au fait qu'apprendre une langue représente bien plus qu'une liste de vocabulaire ou des règles de grammaire. Chacune de ces rencontres est suivie de discussions sur ce qui les a surpris, intrigués et par fois même choqués. Par le biais de ce vécu, il est ensuite beaucoup plus facile d'aborder la dimension culturelle et de faire passer auprès des intervenants

Rapport-Gratuit.com

l'importance qu'il y a à ne pas se laisser mener par ses à priori. Certes ces rencontres ne sont pas faciles à organiser, mais sont fondamentales.

Nous proposons aux enseignants du département des sciences économiques d'exploiter en classe, le film de Cédric Klapish « Riens du tout » (qui raconte l'histoire d'un directeur de grand magasin nouvellement nommé par le comité des actionnaires afin de redresser l'équilibre financier de l'entreprise. Il s'agit d'un film qui présente des situations réalistes du monde du travail français et notamment plusieurs réunions du comité directeur, des entretiens d'embauche et sans oublier la présentation de l'entreprise) et le film de Laurent CANTET « Ressources Humaines » (qui raconte l'histoire de Frank, un étudiant à Paris dans une grande école de commerce qui revient chez ses parents le temps d'un stage qu'il doit faire dans l'usine où son père est ouvrier depuis trente ans. Affecté au service des Ressources Humaines, Frank est chargé par la direction de préparer des négociations….). Le but de ces films est de montrer les relations que l'on peut avoir dans le milieu du travail, le style directif de l'encadrement, le caractère par fois désabusé et critique d'une partie des travailleurs.

L'exploitation de ces films réalistes (quant à leur manière d'aborder le monde du travail) peut se faire de la manière suivante : après visionnage d'une scène et à partir de sa transcription (rappelons que l'on s'intéresse au côté relationnel et non pas linguistique), demander aux apprenants ce qui les surprend dans les comportements présentés et tenter avec eux d'en trouver les raisons.

Il est évident qu'un film aussi bon soit-il ne saurait suffire et l'on doit bien évidemment recourir par la suite à d'autres documents. L'intérêt de « Riens du tout » et « Ressources Humaines» est de montrer ce qui, sur document écrit, resterait avant tout très théorique.

Nous dirons qu'à travers ce travail, nous avons essayé d'expliciter une méthode de travail en ce qui concerne le passage du français général à « l'art » de l'enseignement du français sur objectifs spécifiques. Nous avons aussi essayé de proposer des pratiques pour être suffisamment armé pour répondre aux impératifs de la réalité professionnelle.

En ce qui nous concerne, avoir effectué cette recherche nous a permis de découvrir ce que devrait être l'objectif des cours de préprofessionnalisation à l'université.

Nous pensons qu'à partir du travail réalisé pour les étudiants de la faculté des sciences économiques (Universités de Béjaia et de Sétif), il est possible de généraliser cette méthodologie (FOS) pour construire des cours de langues axés sur la communication, dans des situations variées et pour répondre à des besoins en langue orale.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Bibliographie

BIBLIOGRAPHIE

ALLEN J.-P.B., « A three-level Curriculum Model for Second-Language Education», *revue canadienne des langues vivante.*

BEACCO J.-C. et LEHMANN D., « Publics spécifiques et communication spécialisée », numéro spécial du *Français dans le monde, Recherches et Applications*, Paris, août-septembre 1990.

BERCHOUD M.-J. et ROLLAND D., « Français sur objectifs spécifiques : de la langue aux métiers », numéro spécial du *Français dans le monde, Recherches et Applications*, Paris, janvier 2004.

BESSE H., « Enseigner la compétence de communication », In le *Français dans le Monde*, n°153,1980.

BESSE H., *Méthodes et pratiques des manuels de langue*, Didier-CRÉDIF, Essais, Paris, 1985.

BINON J., « Pour un enseignement plus fonctionnel et plus communicatif du français fonctionnel aux étudiants néerlandophones en sciences économiques », ILT, Leuven, 1980.

BIZOUARD C., *Invitation à l'expression écrite, Chronique sociale*, Lyon, avril 2006.

BOYER H. et BUTZBACH M., *Nouvelle introduction à la didactique du français langue étrangère*, CLE International, Paris, 1990.

CARÉ J.-M., « Apprendre les langues étrangères autrement », numéro spécial du *Français dans le monde, Recherches et Applications*, Paris, janvier 1999.

CHALLE O. et LEHMANN D., « Le français fonctionnel entre l'alternative politique et le renouvellement méthodologique » in : *Publics spécifiques et communication spécialisée*, numéro spécial du *Français dans le monde*, août-septembre 1990.

CHALLE O., *Enseigner le français de spécialité*, Paris, Economica, 2003.

CLARK J. -L., « Une approche communicative dans un contexte scolaire », in *le Français dans le monde*, n°160, 1981.

COSTE D., « Communicatif, fonctionnel, notionnel, et quelques autres », *le Français dans le monde*, n° 153, mai-juin, 1980.
COURTILLON J., *Élaborer un cours de FLE*, Hachette, Paris, 2003.

CRESSON B., *Introduction au français commercial*, Paris, Didier, 1971.

CUQ J.-P., *Dictionnaire de didactique du français Langue Étrangère et Seconde*, CLE International, 2003.

DEBYSER F., « La mort du manuel et le déclin de l'illusion méthodologique », dans *le Français dans le monde*, n°100, 1973.

DEBYSER F., *les simulations globales*, *Éducations et pédagogies*, Ed. CIEP, n° 10, mai 1991.

DURKHEIM E., *L'évolution pédagogique en France*, Paris, 1990.

EDWARD T. Hall et MILDRED Reed Hall, *Understanding cultural differences: Germans, French and Americans*, Yarmouth (USA), Intercultural Press Inc, 1990.

EDWARD T. Hall, *Beyond Culture*, New York, Doublday, 1976.

FONTAINE Jean-Claude, *Le jeu de rôle et la simulation dans l'enseignement des langues étrangères*, CELE/UNAM, Mexico, 1980.

GALISSON R. et COSTE D., *Dictionnaire de didactique des langues*, Paris, Hachette, 1976.

GALISSON R., *D'hier à aujourd'hui la didactique générale des langues étrangères : du structuralisme au fonctionnalisme*, CLE International, Paris, 1980.

GALISSON R., *D'hier à aujourd'hui, la didactique du français langue étrangère*, Hachette, 1980.

GERMAIN C., *Évolution de l'enseignement des langues, 5000 ans d'histoire*, CLE International, Paris, 1993.

GIRARD René, *Des choses cachées depuis la fondation du monde*, livre de Poche, n° 4001.

HALL E. -T., MILDRED Reed Hall, *Understanding cultural differences: Germans, French and Americans*, Yarmouth, 1990.

HARDING E., « communiquer avec les moyens du bord », *Études de linguistique appliquée* n° 6, 1986.

JUPP T.-C. HODLINE S. et LAGARDE J. -P., *Apprentissage linguistique et communication*, CLE International, Paris, 1978.

KAHN G., « Différentes approches pour l'enseignement du français sur objectifs spécifiques », numéro spécial du *Français dans le monde, Recherches et Applications, Méthodes et méthodologies,* janvier 1995.

LEHMANN D., *Objectifs spécifiques en langue étrangère,* Paris, Hachette, 1993.

Les cahiers de l'ASDIFLE, « Y a-t-il un Français sans Objectif (s) Spécifique (s) ?», actes des 29 et 30° rencontres, Mars 2002, Paris, Octobre 2002, Grenoble.

M. ROSSI, Spécial Colloque *TICE*, article n° 83, octobre 2003.

MAUGER G. et CHARON J., *Manuel de français commercial à l'usage des étrangers,* Paris, Larousse, 1958.

Ministère Français des Affaires Étrangères, *la politique linguistique et éducative : les enjeux, les objectifs, les stratégies et les moyens.* Document interne, 1995.

MOIRAND S., « Décrire les discours de spécialité », Communication lors des III Jornadas de lenguas para fines específicos (Universidad Alcalá de Henares), novembre 1993.

NANCY-COMBES Marie-Françoise, *Précis de didactique : Devenir professeur de langue*, Edition Marketing, Paris, 2005.

PARPETTE C. et MANGIANTE J. -M.**,** *Le français sur Objectif spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Hachette FLE, Paris, 2004.

PARPETTE C. et MANGIANTE J. -M., « Le français sur objectifs spécifiques ou l'art de s'adapter », actes du colloque *le Français langue étrangère et seconde, entre singulier et pluriel, entre offre et demande : des paysages didactiques en contexte*, université de Tours, septembre 2003.

PARPETTE C., in « intégration de la formation linguistique professionnelle dans le cursus universitaire : Légitimité et limites de la démarche », Acte du colloque de Plzen, 20-22 septembre 2001.

Petit Larousse.

PIERON, *Vocabulaire de la psychologie*, PUF, Paris, 1968.

PORCHER L., « Monsieur Thibault et le bec bunsen », in *Études de linguistique appliquée*, n23, 1976.

Porcher L., « Une notion ambiguë : les besoins langagiers » in les cahiers du C.R.E.L.E.F., Université et C.R.D.P, de Besançon n° 03,1977.

RICHTERICH R. et CHANCEREL J., *L'identification des besoins des adultes apprenant une langue étrangère,* Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1977.

RICHTERICH R., *Besoins langagiers et objectifs d'apprentissage*, Hachette, Paris, 1985.

ROULET E., *L'apport des sciences du langage à la diversification des méthodes d'enseignement des langues secondes en fonction des caractéristiques des publics visés,* 1976.

SAVIGNON S. -J., *Communicative competence: An Experiment in Foreign Language Teaching*, New York, 1972.

SCHMITT-GEVERS Hilde, « La notion d'aisance dans la production et la réception orales en langue étrangère », in Mélanges CRAPEL n°21, 1993.

TAYLOR J.-L. et WALFORD R., *Les jeux de simulation à l'école, Paris,* Casterman, E3, 1976.

VALDÈS J.-M., *Culture Bound*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, p.1.

VIGNER G., *Didactique fonctionnelle du français*, Hachette, Recherches et Applications, Paris, 1980.

WEISS F. DALGALIAN G. et LIEUTAUD S., *Pour un nouvel enseignement des langues et une nouvelle formation des enseignants*, CLE International, Paris 1981.

YAICHE F., *Les Simulations globales, modes d'emploi*, Hachette, Paris, 1996.

SITOGRAPHIE

Moteur de recherche : www.yahoo.fr www.google.fr

http://www.fda.ccip.fr/default.asp?metaid=39
Origine : France
Responsable du site : Jean-Marc Mangiante
Site est hébergé par FLUXUS, site qui propose des formations de Français sur Objectifs Spécifiques (FOS)
http://www.institut-touraine.asso.fr/index-fr.html
Origine : France, Touraine

Serveur hébergé chez WebTours.fr, site qui propose des stages pour enseignants ou futurs enseignants du français des affaires)
Page : autres stages pour professeurs

http://perso.wanadoo.fr/fle-sitographie/
Origine : France
Dernière mise à jour : 07 / 01 / 2006
Responsable du site : Thierry Lebeaupin
Site qui propose de multiples liens sur le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS)

http://lesla.univ-lyon2.fr/
Origine : France
Date du publication : lundi 29 septembre 2003
Page : Sciences du Langage - Ressources -FLE - Français sur Objectifs Spécifiques

http://www.ambafrance-eg.org/cfcc/article.php3?id_article=33
Origine : France, site bilingue, Français, Arabe
Page France : Coopération éducative > Enseignement du et en français

Site de revue

http://www.francparler.org/articles/zabardi2005.htm
Origine : France
Auteur : Entretien avec Antoinette Zabardi
Mise à jour : 31/01/06
Page : Accueil – Entretiens - Se former au Français sur objectifs spécifiques
Catalogue de Bibliothèque :

http://www.biblioteca.ase.ro/ResurseElectronice/index.asp?pas=30
Origine : Roumanie
Année : 2005
Page : Reviste – Ase- Dialogos, propose plusieurs documents en format PDF sur le français comme langue étrangère.

Annexes

Liste des Annexes

Annexe 1 : Questionnaires

Annexe 2 : Présentation de l'EPB

Annexe 3 : Cours assurés à la faculté des sciences économiques

Annexe 4 : Savoir communiquer et Savoir faire (Source : Pratique du Marketing de Marie-Camille DEBOURG, Joël CLAVELIN et Olivier PERRIER, Edition BERTI, 2004.

Annexe 5 : Vocabulaire de l'économie et des finances (Source : Vocabulaire de l'économie et des finances, Ministère de la culture et de la communication, 2006.

Annexe 6 : Grille d'évaluation de l'expression orale

Rapport-Gratuit.com

Annexe 1

QUESTIONNAIRE ÉTUDIANT(E)S

Cher(e) Étudiant(e),

Je fais actuellement une recherche en français de l'économie et des finances pour mon mémoire de Magistère. Mon objectif est de collecter des informations qui seront utilisées pour développer les techniques d'expression orale chez les étudiants de deuxième année sciences économiques à l'université de Bejaia.

Je vous remercie de m'apporter votre contribution en répondant à ce questionnaire. Vos réponses sont anonymes et resteront confidentielles.

En répondant à ce questionnaire, merci de cocher la (ou les cases appropriées selon les questions) ou de donner une réponse complète quand cela est nécessaire. Merci pour votre précieuse coopération

Mme Leila. DERRADJI

Étudiante en Magistère

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

I. Informations Générales

1. Avez-vous déjà voyagé en France ?

❑*Oui*
❑*Non*

2. Si c'est oui, dites si c'était :

❑*Pour des études*
❑*Pour des vacances*
Autres, merci de préciser……...……..
.....

3. Est- ce que vous parlez français en dehors des cours de français ?

❑*Oui*
❑*Non*

4. Si oui, avec qui parlez- vous ?

❑ ***a.*** *Enseignants*
❑ ***b.*** *Camarades*
❑ ***c.*** *Parents*
❑ ***d.*** *Commerçants*
Autres, merci de préciser.....
……..

5. Regardez- vous des films ou écoutez-vous à la radio des émissions, en français ?

❑*Oui*
❑*Non*

6. Si oui, les comprenez-vous ?

❑*Oui*
❑*Non*

7. Qu'elle est votre fréquence d'utilisation du français ?

❑ ***a.*** *Quotidiennement*
❑ ***b.*** *Chaque semaine*
❑ ***c.*** *Occasionnellement*
❑ ***d.*** *Pas du tout*

II -Apprentissage du français

a- Parcours scolaire

8. Avez-vous déjà étudié le français ?

❑*Oui*

❑*Non*

9. Si oui, pendant combien d'années ?

……

……

10. Auprès de quel type d'établissement ?

❑ ***a.*** *A l'école primaire.*

❑ ***b.*** *Au moyen.*

❑ ***c.*** *Au lycée.*

❑ ***d.*** *A l'université.*

❑ ***e.*** *Dans un établissement privé.*

Autre, merci de précisez : ……

……

11. Qu'est- ce que vous savez faire dans cette langue ?

Comprendre l'oral	❑Un peu	❑Assez bien	❑Bien
Parler ?	❑Un peu	❑Assez bien	❑Bien
Écrire ?	❑Un peu	❑Assez bien	❑Bien
Comprendre l'écrit ?	❑Un peu	❑Assez bien	❑Bien

12. Quelle a été votre orientation scolaire dans le secondaire ?

❑ ***a.*** *Sciences mathématiques.*

❑ ***b.*** *Sciences expérimentales.*

❑ ***c.*** *Lettres.*

❑ ***d.*** *Économie.*

Autre, merci de précisez :……

……

b- Études supérieures

13. Pourquoi apprenez-vous le français ? (plusieurs réponses sont possibles)

- ❑ ***a.*** *Pour être à l'aise dans la vie quotidienne, au sein de l'université.*
- ❑ ***b.*** *Pour comprendre les cours.*
- ❑ ***c.*** *Pour comprendre les documents étudiés en français.*
- ❑ ***d.*** *Pour poser des questions.*
- ❑ ***e.*** *Pour faire un exposé.*
- ❑ ***f.*** *Pour rédiger en français.*
- ❑ ***g.*** *Pour mieux réussir vos études.*
- ❑ ***h.*** *Pour mieux réussir votre parcours professionnel.*

Autre, précisez :…….....

III- Le cours de français

14. Sur quelle(s) compétence(s) langagière(s) votre enseignant se concentre-t-il ?

- ❑ ***a.*** *La compréhension orale.*
- ❑ ***b.*** *L'expression orale.*
- ❑ ***c.*** *La compréhension écrite.*
- ❑ ***d.*** *L'expression écrite.*

• **Compréhension et expression orales :**

- ❑ ***a.*** *Exposés,*
- ❑ ***b.*** *Échanges professionnels.*
- ❑ ***c.*** *Comptes rendus de travaux d'expériences.*
- ❑ ***d.*** *Conversations téléphoniques.*

Autres, merci de préciser……..……
……..……

15. Les documents utilisés en cours sont-ils authentiques ?

❑*Oui*
❑*Non*

16. Le cours de français est-il orienté vers les compétences de communication en milieu professionnel

❑*Oui*
❑*Non*

Annexe 1

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

17. Est-ce que la méthode utilisée par votre enseignant pour développer votre compétence orale répond à vos besoins langagiers actuels ?

- ❑ ***a.*** *Oui, complètement.*
- ❑ ***b.*** *Oui, partiellement.*
- ❑ ***c.*** *Pas du tout.*

18. Indiquez si ce qui suit est vrai ou faux ?

- ❑ ***a.*** *Les supports d'enseignement utilisés n'aident pas à améliorer la compétence orale requise.*
- ❑ ***b.*** *Les exercices proposés n'aident pas les étudiants(e) à comprendre et répondre aux différentes situations.*
- ❑ ***d.*** *L'enseignant de français n'est pas assez interactif avec ses apprenants.*
- ❑ ***e.*** *L'enseignant ne varie pas les techniques d'enseignement.*

20. Parmi ces techniques d'expression orale, mentionnez celles qui sont utilisées par votre enseignant ?

- ❑ ***a.*** *Travail de groupe.*
- ❑ ***b.*** *Jeux de rôles.*
- ❑ ***c.*** *Simulations globales.*
- ❑ ***d.*** *Exposé.*

Autre, merci de précisez :……..……
……

21. Votre enseignant fait-il appel à des moyens audiovisuels pour développer votre compétence orale ?

- ❑*Oui*
- ❑*Non*

22. Si, oui merci de préciser s'il s'agit de :

- ❑ ***a****. Laboratoire de langue.*
- ❑ ***b.*** *Magnétophone.*
- ❑ ***c.*** *Vidéo projecteur.*
- ❑ ***d.*** *Magnétoscope*
- ❑ ***e.*** *Écran TV*

IV- Suggestions

23. Si vous avez d'autres suggestions pour adapter au mieux le cours de français à votre formation professionnelle merci de les inscrire ici

……...…….
……...……
……
……
……

QUESTIONNAIRE ENSEIGNANTS

Cher(e) Enseignant(e),

Je fais actuellement une recherche en français de l'économie et des finances pour mon mémoire de Magistère. Mon objectif est de collecter des informations qui seront utilisées pour développer les techniques d'expression orale chez les étudiants de deuxième année sciences économiques à l'université de Bejaia.

Je vous remercie de m'apporter votre contribution en répondant à ce questionnaire. Vos réponses sont anonymes et resteront confidentielles.

En répondant à ce questionnaire, merci de cocher la (ou les cases appropriées selon les questions) ou de donner une réponse complète quand cela est nécessaire. Merci pour votre précieuse coopération

Leila ZAIDI DERRADJI

Étudiante en Magistère

I. Informations Générales

1. Quel diplôme avez-vous obtenu pour enseigner le français ?

……
……
……

2. Depuis combien d'années enseignez-vous le français ?

……
……
……

3. Avez-vous eu une formation spéciale pour enseigner le français aux économistes ?

❑*Oui*
❑*Non*

Si oui, merci de préciser l'institution formatrice et dites si cette formation correspond à vos besoins……

4. Quelle est le volume horaire hebdomadaire assuré pour chaque groupe d'apprenants?

……

II. Relation Enseignement /Apprentissage

5. Les choix fondamentaux (objectifs, méthodologie utilisée, contenus) sont-ils négociés avec les apprenants ?

❑*Oui*
❑*Non*

6. Appliquez-vous la méthodologie d'enseignement que vous pensez la meilleure ?

❑*Oui*
❑*Non*

Si non, expliquez pourquoi ?

……
……
……

7. Indiquez si ce qui suit est vrai ou faux.

- ❑ ***a.*** *Vous avez recours au travail de groupe.*
- ❑ ***b.*** *Vous avez recours au travail de groupe pour motiver vos apprenants et les former à l'autonomie.*
- ❑ ***c.*** *Dans le travail de groupe, vous ne contrôlez plus suffisamment votre enseignement.*
- ❑ ***d.*** *Vous privilégiez chez vos étudiants l'expression du sens (la communication) par rapport à la correction de la forme (correction linguistique)*

8. Est-ce-que vous utilisez une méthode (un manuel) bien précise dans votre enseignement ?

❑*Oui*

❑*Non*

Si oui, merci de mentionner l'auteur et le titre des méthodes utilisées et pourquoi vous les avez choisie(s).

……

……

……..

9. Quel type de cours vous dispensez ?

- ❑ ***a.*** *Français général*
- ❑ ***b.*** *Français de spécialité*

10. Travaillez-vous en collaboration avec les enseignants des modules de spécialité ?

❑*Oui*

❑*Non*

Si oui, de quel type de collaboration s'agit-il ?

……

……

Si non, pourquoi ?

……

……

……

III. Utilisation de méthodes et d'outils didactiques en général

11. Parmi ces compétences, laquelle développez-vous le plus chez vos étudiants ?

- ❑ ***a.*** *Compréhension orale.*
- ❑ ***b.*** *Expression orale.*
- ❑ ***c.*** *Compréhension écrite.*
- ❑ ***d.*** *Expression écrite.*

12. Classez ces activités selon l'importance accordée dans le cours ?

- ❑ ***a.*** *Lecture de documents.*
- ❑ ***b.*** *Compte rendu de travaux.*
- ❑ ***c.*** *Exposés.*
- ❑ ***d.*** *Rédaction de documents (rapports, notes, schémas, correspondances).*

13. Faites-vous appel à des moyens audio-visuels pour développer la compétence orale chez vos étudiants ?

❑*Oui*
❑*Non*

Si oui, lesquels ?……..
……

Si non, merci d'expliquer pourquoi ?
……
……
……

14. Parmi ces techniques d'expression orale, indiquez celles qui sont pratiquées en classe

- ❑ ***a.*** *Jeux de rôles*
- ❑ ***b.*** *Simulations globales*
- ❑ ***c.*** *Tâches de résolutions de problèmes*
- ❑ ***d.*** *Exposés*

Suggestions :
Si vous avez d'autres suggestions pour améliorer l'enseignement du français de spécialité merci de les préciser ici.
……
……
……
……
……
……

Rapport-Gratuit.com

QUESTIONNAIRE ENTREPRISE

Vous êtes directeur/trice de la direction…….…..……..

spécialisé(e) dans ……..…….**(filiale du groupe**……..……..**)**

Installé(e) depuis…….……..**à :**…….……..

1. La connaissance et la pratique du français entre-t-elle en ligne de compte dans le recrutement de votre personnel ?

❑*Oui*
❑*Non*

2. Est-ce pour vous un facteur de fidélisation et de promotion de votre personnel ?

❑*Oui*
❑*Non*

3. Est-ce-que votre entreprise a fait un choix explicite en matière de langue ?

❑*Oui*
❑*Non*

4. Si oui, laquelle ?

❑*Français*
❑*Arabe*
❑*Anglais*

5. Quel est le statut du français dans votre entreprise ?

❑*Le français est la langue du travail dans l'entreprise*
❑*Le français est la langue des échanges professionnels*

6. Quels sont vos contacts avec les partenaires francophones ? Nature, fréquence, langues utilisées ?

……
……
……

7. Quelles sont les principales tâches effectuées par vos cadres ?

❑*Négociations*
❑*Représentations commerciales*
❑*Animations de réunions*

8. Votre entreprise formule-t-elle une demande précise quant à l'enseignement de la communication professionnelle qui vous est propre ?

❑*Oui*
❑*Non*

9. Dites si ce qui suit est vrai ou faux

❑*Nos cadres (nouveaux recrutés) souffrent d'un manque d'ancrage dans les réalités socio-économiques.*
❑*Nous sommes satisfaits du niveau de notre personnel en ce qui concerne leurs compétences de communication en français.*
❑*Le personnel rencontre au quotidien des problèmes en ce qui concerne l'usage du français.*
❑*La formation dispensée à l'université répond aux attentes de l'entreprise.*

10. A la lumière de votre expérience, pensez-vous que la pratique du français au sein de votre entreprise constitue un argument utile que l'on doit mettre en avant, dans la communication sur vos produits à destination du grand public ?

……
……
……

11. Pour mieux préparer vos cadres à communiquer en français avec des partenaires francophones, quels sont les points que la formation universitaire devrait mieux ou plus traiter ?

……
……

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Annexe 2

FICHE SIGNALÉTIQUE

Raison sociale ou nom commercial : Entreprise Publique Économique - Société par Actions Entreprise Portuaire de Béjaia. (**EPE-SPA EPB**)

Capital social : 1.200.000.000 de dinars algériens.

Domaine d'activité : Prestations portuaires.

Adresse et localisation : 13, Avenue des frères Amrani BP 94.

Commune : Béjaia.

Wilaya : Béjaia.

Numéro de registre de commerce : 00/B/0183582.

Numéro d'identification fiscal : 098206010009840.

Téléphone : 034-21-18-07/08/93.

Fax : 034-20-14-88.

Email: portbj@wissal.dz.

Site Web: www.portdebejaia.dz.

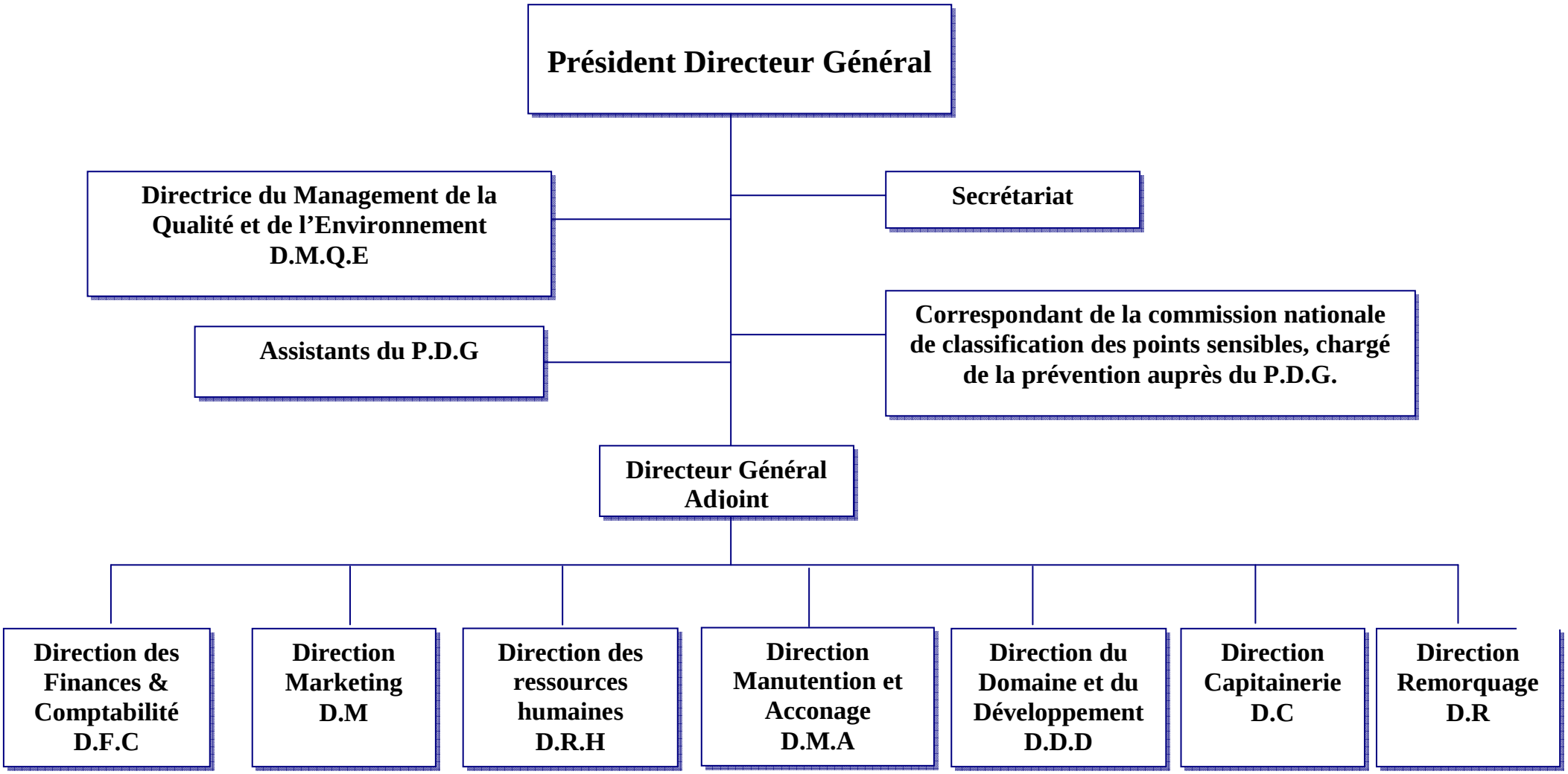
Logo:

مؤسسة ميناء بجاية

ENTREPRISE PORTUAIRE DE BEJAIA

Annexe 2

Organigramme de la Direction Générale de l'EPB



Les principales activités de l'EPB

- Organisation de l'accueil des navires.
- Aide à la navigation.
- Manutention portuaire.
- Activités d'acconage.
- Transit des passagers et de leurs véhicules.
- Gestion et développement du domaine portuaire.

Principaux services offerts

Par le service public

- Sécurité et sûreté des biens et des personnes.
- Entretien des bâtiments, hangars et autres installations.
- Enlèvement des déchets des navires.
- Assistance des passagers de la Gare Maritime.
- Fourniture d'énergie.
- Amodiations (location d'espace portuaire ou de hangar).
- Concession du domaine portuaire
- Avitaillement des navires en eau douce.
- Pilotage et amarrage.
- Réalisation des travaux d'aménagement et d'entretien des superstructures.

Par les entités commerciales

- Remorquage portuaire, hauturier, sur sea-line et assistance sauvetage.
- Exploitation de l'outillage et des infrastructures portuaires.
- Manutention et Acconage.
- Traitement des conteneurs.

Il est à noter que le traitement des conteneurs est assuré par une joint-venture entre l'EPB (51%) et PORTEK Singapour (49%) qui est une entreprise singapourienne spécialisée dans les métiers portuaires. La filiale en question est appelée BMT (Béjaïa Mediterranean terminal).

Annexe 3

Pôle universitaire ABOUDAOU
Faculté de droit et des sciences économiques
Département d'économie
Module : Français

1. HISTOIRE DE LA PENSÉE ÉCONOMIQUE.

Aristote et Platon, dans la Grèce antique, rédigèrent des traités qui incluaient des considérations sur la richesse, la propriété et le commerce. On doit aux Grecs la première réflexion sur les choses économiques, de même que le mot lui-même qui, à l'époque, désigne une économie domestique au service de la cité. Au Moyen Âge, la théorie économique fut dominée par les prescriptions émanant de l'Église catholique, qui, par le biais du droit canon, condamnait l'usure (intérêt pris sur une somme d'argent prêtée) et considérait que le commerce était une activité inférieure, dans une échelle de valeurs où l'agriculture occupait le sommet. Cette conception de l'économie, dont le caractère restrictif peut surprendre aujourd'hui, est en accord avec les conditions de son temps : la société féodale est alors dominée par l'Église qui bénéficie du statut du plus important propriétaire foncier à une époque où l'agriculture constitue la principale activité productive de l'Homme. À cette influence matérielle s'ajoute une influence sur les esprits, l'Église exerçant un pouvoir social fort.
L'économie en tant que science moderne, distincte de la philosophie morale et de la politique, est née avec le traité intitulé **Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations** (1776), du philosophe et économiste écossais Adam Smith, dont la réflexion avait été annoncée par le mercantilisme et les idées des physiocrates.

1.1 Le mercantilisme

Le développement du nationalisme, déjà perceptible au cours du **XVIe siècle**, s'accompagna de la mise en œuvre d'une forme de politique économique, le mercantilisme, qui visait à favoriser l'autosuffisance nationale, et qui fut en vigueur, selon des degrés variables, dans tous les pays d'Europe occidentale entre les XVIe et XVIIIe siècles. Les mercantilistes considéraient l'or et l'argent comme des indicateurs de la puissance d'un pays. Dépourvu, à la différence de l'Espagne, de l'apport que représentaient les mines d'argent et d'or du Nouveau Monde, un pays ne pouvait accumuler ces métaux précieux qu'en vendant aux autres pays plus de marchandises qu'il ne leur en achetait, accumulant ainsi un excédent de sa balance commerciale, qui contraignait les autres pays à combler leurs déficits en se dessaisissant de l'or et de l'argent en leur possession.

1.2 Les physiocrates

L'école physiocratique exerça un véritable monopole théorique en France, pendant la seconde moitié du XVIIIe siècle, en réaction contre les politiques restrictives héritées du mercantilisme. Le principal ouvrage de François Quesnay, fondateur de cette école de pensée, le Tableau économique (1758), tentait d'identifier les flux du revenu dans l'économie et anticipait la comptabilité nationale du XXe siècle. Selon les physiocrates, toute la richesse provient de l'agriculture ; les autres activités sont stériles et le commerce ne sert qu'à redistribuer la richesse produite par les agriculteurs.
Les physiocrates étaient partisans du libre-échange et du laisser-faire, et estimaient que la principale source de revenu de l'État pouvait être constituée par un impôt direct exclusivement assis sur la richesse foncière et la production agricole.

Pôle universitaire EL-BEZ
Faculté des sciences économiques et de gestion
Département d'économie
Module : Français

LE DUMPING

Le dumping consiste à vendre à l'étranger des produits nationaux à un prix inférieur à celui pratiqué dans leur pays d'origine. Ceux qui pratiquent le dumping peuvent viser certains objectifs entre autres, des objectifs commerciaux (conquête de marchés par élimination des concurrents), des objectifs monétaires (acquisition de devises étrangères absolument nécessaire).
Lorsque les entreprises privées par exemple recourent à des pratiques de dumping, elles doivent compenser le « manque à gagner » sur le marché d'exportation en faisant payer le prix fort au consommateur national.
[L'état, lorsqu'il recourt à ces mêmes pratiques, emprunte des voies plus indirectes telles que les subventions aux entreprises qui exportent].
Mais d'une façon générale, le dumping produit toujours des effets néfastes, soit sur le consommateur national, soit sur le commerce international où il introduit un esprit de concurrence déloyale.

Questions :

I- Compréhension du texte :

1- Qu'est ce que le Dumping ?
2- Quels sont les objectifs visés par ceux qui pratiquent le dumping ?-
3- Que doivent faire les entreprises privées qui pratiquent le dumping ?
4- Que fait l'Etat lorsqu'il recourt à ces pratiques de dumping ?
5- Pourquoi le dumping est-il néfaste pour le commerce international ?

II- Terminologie :

1- Traduire en arabe les mots et expressions suivants : Conquête au marché - élimination des concurrents - acquisition des devises étrangères - exportation - subvention - déloyal - néfaste.

III- Fonctionnement de la langue :

1- Conjuguer le verbe vendre au présent, passé composé, l'imparfait et au passé simple de l'indicatif.
2- Mettre à la forme passive la phrase entre crochets.
3- Donner au moins deux homonymes de : Ces - prix - part.
4- Quel est l'antonyme de : conquête, gagner. Employer les chacun dans une phrase.
5- Faire le résumé du texte.

Annexe 3

Pôle universitaire ABOUDAOU
Faculté de droit et des sciences économiques
Département d'économie
Module : Français

(1) Astronomie

Les vagabonds de l'espace

Par René BRETON et Mélanie FRAPPIER

Le soleil entouré de neuf planètes et de satellites. Voilà une typique du système solaire. En fait, les planètes ne sont qu'une infime partie des objets qui tournent autour de notre étoile. La plupart des corps qu'on y retrouve, c'est-à-dire les astéroïdes et les comètes, **passent plutôt inaperçus**. Malgré qu'il soit difficile de les observer, ces corps attirent le regard des astronomes qui ont décidé d'aller à la rencontre de ces astres encore mal connus.

Alors que les astéroïdes se localisent principalement entre Mars et Jupiter, les comètes, elles tireraient leur origine des confins du système solaire dans le nuage de **Oort** 2. Évidemment, à une telle distance, il est impossible de les observer à partir de la terre.

Bien qu'ils semblent paisibles, comètes et astéroïdes **mènent une vie bien agitée**. Songeons aux pluies d'étoiles filantes qu'on observe, notamment au mois d'août chaque année. Des météorites tombent aussi sur Terre tout au long de l'année. Si la plupart d'entre elles se désintègrent avant de toucher le sol, il arrive qu'elles percutent la surface de la Terre. Les collisions entre les planètes et ces corps ne sont donc pas impossibles. Dans le cas de la Terre, **la fréquence d'impact** avec des astéroïdes est estimée à **1** tous les **300 000** ans. Selon certains spécialistes, les dinosaures auraient disparu à la suite de la collision d'un astéroïde d'une quinzaine de kilomètres de diamètre avec notre planète.

Mais, avant que le ciel nous tombe sur la tête, pourquoi ne pas profiter des merveilleuses soirées d'observation qu'ils peuvent nous apporter ?

Science & Vie, novembre 1988, p.165.

Questions :

1. Analysez et justifiez le titre du document.
2. Expliquez les expressions soulignées et mises en gras.
3. D'après le texte faut-il se méfier ou non des corps célestes et pourquoi ?
4. Quelle est la figure de style utilisée dans la dernière phase du texte.
5. « … Les dinosaures auraient disparu à la suite de la collision … » ; quel est le verbe conjugué, à quels temps et mode et pourquoi ?
6. Faites le schéma de la communication de ce texte : (qui parle ? à qui ? de quoi ? etc.)
7. Quelles sont les fonctions dominantes dans le texte et pourquoi ?

Rapport-Gratuit.com

Université Ferhat Abbas-Sétif
Faculté des sciences économiques et de gestion
Département d'économie
Module : Français.

Le texte

[Le paupérisme désigne l'état de pauvreté où se trouve l'ensemble ou une large fraction de la population d'un pays. Malgré l'imprécision des statistiques établies dans ce domaine à l'échelle mondiale, on peut estimer que le paupérisme touche environs les deux tiers de la population du globe].
L'un des traits les plus nets du paupérisme est la carence alimentaire : près des deux tiers (2/3) des habitants des pays du tiers monde, souffrent de malnutrition (manque de protéines) ; un quart sont sous-alimentés (manque "de calories), ».
Le paupérisme est indissociable du sous-développement économique, caractérisé selon l'ONU, par une industrialisation insuffisante, le gaspillage de ressources naturelles, le sous-emploi, l'analphabétisme et la subordination (dépendance) à l'égard des pays riches.

Questions :

I/ Compréhension du texte

1- Que signifie le paupérisme ?
2- Qu'est-ce qui exprime le plus nettement le paupérisme ?
3- Qu'est-ce qui caractérise le sous-développement ?
4- Comment expliquer la dépendance d'un pays sous-développé à l'égard des pays riches ?

II/ Terminologie

Traduisez en l'arabe les mots et expressions suivants :

1- Paupérisme
2- Gaspillage des ressources naturelles
3- Industrialisation insuffisante
4- Subordination à l'égard des pays riches
5- Malnutrition

III/ Fonctionnement de la langue

1- Faites une phrase avec chacun des mots suivants : « Chômage - Industrie - Paupérisation - richesse »
2-Mettez à la forme négative les verbes du paragraphe entre crochets[]
3- Convertissez les verbes soulignés d'un trait dans le texte au futur et à l'imparfait de l'indicatif.
4- Rédigez quelques lignes sur le sous-développement.

Annexe 3

Annexe 4

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

Chacun de nous sera un jour ou l'autre confronté à un entretien d'embauche. Pour que celui-ci se passe bien, il est important de comprendre les objectifs de l'entretien, l'enjeu, le déroulement...L'entretien d'embauche est avant tout la rencontre entre un chargé de recrutement et un candidat potentiel. Cette rencontre n'a lieu qu'à partir du moment où il y a nécessité d'un poste à pourvoir. Le recruteur recherche un profit de candidat qui correspondra au profit du poste.

Pour une entreprise, un recrutement coûte très cher. Il faut absolument le réussir, c'est-à-dire trouver le candidat qui correspond en tous points au profit du poste.

Un recrutement est une prise de risque importante pour l'entreprise. Le recruteur va tout faire pour limiter ce risque. Dans la chaîne d'un recrutement, l'entretien d'embauche est le maillon le plus important ; il est indispensable et incontournable dans la prise de décision. Il faut donc lui accorder toute l'importance qu'il mérite.

Première étape : la préparation

L'entretien de recrutement est une prestation orale qui demande une préparation semblable à n'importe quelle situation de communication orale. II se distingue de l'entretien devant un d'examen par le fait que vous n'en connaissez pas les modalités au préalable.

Constituez-vous un dossier comportant non seulement votre présentation (CV et lettre de motivation) mais aussi les informations recueillies sur votre interlocuteur et sur la société (caractéristiques économiques, financières, statut propose au personnel, l'annonce de recrutement). À partir de ces données, constituez-vous un argumentaire pour valoriser votre candidature.

N'oubliez pas que votre objectif est non seulement de trouver un emploi mais aussi de vous assurer que celui-ci convient bien à vos attentes. L'entretien doit vous permettre de compléter votre information sur l'entreprise et le poste offert. Prévoyez à cet effet les questions clés à poser au recruteur.

Deuxième étape : Le jour J

Soyez à l'heure.

Reprenez vos fiches sur la communication orale n° 5 et non verbal n° 6.

L'entrée en matière

Vous n'aurez jamais une deuxième chance de faire une première bonne impression. La première impression est celle qui restera dans la tête du recruteur. II faut donc mettre toutes les chances de votre côté. Faites appel à votre bon sens et à votre logique pour réussir votre entretien : souriez.

Ne négligez pas votre tenue vestimentaire et corporelle. Là aussi, c'est le bon sens qui prime. Si vous postulez sur un poste de commercial, n'allez pas à votre entretien en jogging, les cheveux en bataille, évitez de porter un anneau dans le nez. Sachez porter la tenue adéquate. Elle est pour le recruteur le gage que vous êtes déjà psychologiquement dans le poste (n'omettez pas cet atout).

•••Rassurer le recruteur.

Exprimez-vous avec conviction, avec passion sur ce que vous avez fait, ce que vous faites et ce que vous voulez faire.

Si vous savez pourquoi vous êtes là, automatiquement votre discours sera construit, votre argumentation sera cohérente.

Ayez un projet professionnel, soyez capable de l'expliquer, de le démontrer, de le faire partager, soyez convaincant. Un recruteur préférera à l'évidence un candidat qui sait ce qu'il veut plutôt qu'un qui ne sait pas. Soyez un « acteur » de votre vie professionnelle, ne soyez pas un « subisseur ».

Une fois encore, n'oubliez pas qu'il faut vous vendre en rassurant le chargé de recrutement. Face aux questions du recruteur, la majorité de vos réponses ne sera pas improvisée mais aura fait au préalable l'objet d'une réflexion.

Sachez regarder votre interlocuteur. Vous devez trouver le juste milieu entre le regard fuyant et le regard inquisiteur. II n'est agréable pour personne de parler à quelqu'un qui ne vous regarde jamais de même qu'il est désagréable de parler à quelqu'un qui vous fixe intensément.

Soyez nature !

Une charge de recrutement a logiquement l'habitude et l'expérience des entretiens : ne bluffez pas. II est trop difficile de jouer un rôle, d'être un bon comédien (dans le sens de la crédibilité) tout au long d'un entretien qui pourrait par exemple durer 3 heures. Soyez-vous mêmes. II est important d'être sincère, d'être franc. A priori, vous êtes déjà mal à l'aise, stresse. II est donc inutile en plus de jouer le comédien.

Ne cherchez même pas à masquer votre appréhension, elle est a priori évidente à déceler.

Si vous avez indiqué dans votre CV que vous maîtrisez une langue, attendez-vous à ce que le recruteur la vérifie.

•••Découvrir le poste, l'entreprise...

Soyez curieux. Posez des questions, si vous n'obtenez pas la réponse, reformulez votre question. Vous devez tout savoir sur le poste à pourvoir. Vous saurez de fait si vous possédez les compétences et les connaissances pour mener à bien la mission qui est susceptible de vous être confiée.

•••Conclure

Obtenez des délais de réponses.

Après vous être assuré que vous avez parfaitement compris la mission du poste et que vous êtes vous-même décidé à accepter le poste, vous devez obtenir des délais de réponses de la part du recruteur.

Comment ? : Quel est le schéma d'intégration dans l'entreprise ? Existe-t-il

Objectif numéro 1	Objectif numéro 2
Vous voulez gagnez beaucoup d'argent. Une seule solution : demandez un gros salaire. Peut-être l'obtiendrez-vous. Assurez-vous cependant qu'il est susceptible de correspondre au poste à pourvoir. La aussi, c'est une question de bon sens.	La rémunération n'est pas source de motivation première. Vous préférez négocier des formations, un plan de carrière ? N'hésitez pas, parlez-en. Si vous êtes ambitieux, dites-le. Si vous postulez dans un groupe important, ce dernier sera logiquement plus à même de vous proposer une carrière évolutive qu'une PME de 7 personnes.

Une formation initiale, existe-t-il un suivi de formation, existe-t-il un suivi d'intégration... ?

Combien ? : Sans doute la question la plus épineuse. Faut-il en parler ? : Oui car elle est partie intégrante d'un contrat de travail. Aborder cette question en fonction de vos objectifs.
En tout état de cause, concernant cette négociation finale, votre bon sens et votre logique de rigueur. Ils doivent être dans la continuité de votre argumentation.

Concluez votre entretien avec diplomatie et courtoisie.
Soyez poli mais surtout ne sombrez pas dans l'obséquiosité. II convient évidemment de trouver un juste milieu qui corresponde à votre personnalité.
N'hésitez pas à prendre des engagements, par exemple : « Je vous rappelle la semaine prochaine, mardi a 15h00 pour connaître votre position sur ma candidature Soyez précis et n'hésitez pas à mâcher le travail du recruteur.

Pour réussir ses entretiens, il faut aussi de l'expérience. Alors, n'hésitez pas à envoyer nombres de candidatures afin d'obtenir un maximum d'entretiens. Ceci vous permettra de réussir beaucoup plus facilement celui qui à vos yeux aura le plus d'importance.
À l'issue de votre entretien, analysez-vous, vous ne commettrez pas deux fois les mêmes erreurs.

Les conseils au candidat

- Être à 1'heure
- Être détendu
- Avoir de 1'assurance
- Bien se vendre en valorisant ses compétences
- Offrir un service
- Répondre clairement aux questions posées
- Poser des questions
- Noter les points forts et les faiblesses de votre argumentation pour les retravailler
- Ne pas rester silencieux
- Refuser les cigarettes.

Les objections du recruteur

- Vous êtes trop jeune
- Vous n'avez aucune expérience professionnelle
- Vous n'avez pas de diplôme
- Vous êtes une femme
- Vous habitez trop loin de 1'entreprise
- Vous avez des enfants

L'entretien

Les questions incontournables du recruteur

- Quels sont vos qualités et vos défauts ?
- Quelle est votre expérience professionnelle ?
- Quelle est votre situation de famille ?
- Aimez-vous le travail en équipe ?
- Êtes-vous mobile ?
- Pourquoi notre entreprise vous intéresse-t-elle ?
- Qu'est-ce qui vous attire dans le poste que nous proposons ?
  Quels sont votre formation, niveau d'étude, diplômes ?
- Pourquoi êtes-vous au chômage ?
- Combien voulez-vous gagner ?

Les questions du candidat

- Quelles sont les fonctions à occuper ?
- Quel est le lieu de travail ?
- Quel est le statut ?
- Quels sont les horaires ?
- Dispose-t-on d'un véhicule ?
- Quelle est la rémunération ? Fixe / vari
- Comment sont pris en charge les frais diplômes ?

PRÉPARER ET ANIMER UNE RÉUNION

SAVOIR FAIRE

PRÉPARER

Conférences, débuts, tables rondos, groupes de travail, assemblées générales d'association, briefing auprès d'enquêteurs, brainstorming... autant de motifs de se réunir dans l'entreprise, le lycée ou le quartier. Chacun d'entre vous à déjà participe à une réunion est susceptible de l'organiser lui-même. Voici quelques règles simples à respecter pour préparer vos réunions en toute sérénité.

PREMIERE ETAPE : LE SUJET

La « réunionite » passe pour être la maladie de nombreuses organisations, entreprises ou administrations, aussi la première question à se poser est bien « la réunion est-elle indispensable ? »
Si la réponse est oui, définissez précisément les objectifs qu'elle doit atteindre : achat ou d'une machine a café, obtention de noms de marque, présentation des consignes d'enquête… et retenez le type de réunion adapte (voir tableau)

Les différents types de réunion

Objectifs	Types de réunion	Caractéristiques
Transmettre des informations	Les congres, colloques, conférences	Rassemblement de 30 à 500 personnes ; un conférencier qui a un rôle d'information
	Les assemblées générales	Réunion de 10 à 100 personnes autour d'un président de séance
	Les réunions d'informations descendantes	Briefing, expose de décisions... Ces réunions remplacent une note d'information pour mettre un échange et une réponse aux questions posées
	Les interviews de groupe	Ces réunions ont pour objectif de recueillir des informations auprès d'un groupe de 5 à 10 personnes.
Préparer ou prendre des décisions	Réunions - discussions, commissions de travail, tables rondes	La discussion gérée par l'animateur abouti a une solution, une décision ou conclusion...
	Les groupes de créativité où brainstorming	Ces réunions recherchent des solutions originales à un problème posé
Confronter des opinions divergentes	Réunions de négociation	L'animateur ou médiateur recherche accord entre des sous-groupes aux points vue différents, voire divergents

DEUXIEME ETAPE : LES PARTICIPANTS

La sélection des participants s'effectue en fonction du thème retenu. Pour une réunion de travail, 5 à 10 personnes sont invitées pour obtenir une dynamique de groupe et une participation active des membres. Au-delà de 10, la réflexion est plus longue et le groupe tend à se fractionner. Les participants seront choisis pour leur compétence ou expérience, un commercial pour sa connaissance de la clientèle, un technicien pour sa maîtrise de la production...

TROISIEME ETAPE : LA DATE ET LA DUREE

La date est définie d'une part selon les disponibilités des intervenants indispensables au bon déroulement de votre réunion et d'autre part en fonction de contraintes matérielles (réservation de la salle par exemple). Quand a la durée, d'un maximum de 2 à 3 heures, elle varie selon les objectifs de travail définis pour conserver l'attention et la concentration des participants.

QUATRIEME ETAPE : LE LIEU

Disposer d'une salle adaptée facilitera la conduite de la réunion. Ainsi, une taille en adéquation avec le nombre de participants, un équipement matériel performant (tableau, rétroprojecteur, micro...), un confort suffisant sont des éléments favorables à la communication entre les membres.

CINQUIEME ETAPE : LA CONVOCATION

Selon le type de réunion, elle se fera par affichage (congres, conférence) ou par invitation individuelle personnalisée ou non (assemblée générale des parents d'élèves...). Voir page suivante. II ne faut pas sous-estimer l'importance de la convocation à une réunion de travail, sous peine de constater que certaines personnes ne sont pas disponibles, sont en retard ou n'ont pas préparé leur intervention. Ces difficultés sont alors source de perte de temps voire de conflit en individus du groupe.

SIXIEME ETAPE : LES CONDITIONS MATERIELLES ANNEXES

La bonne organisation d'une réunion facilite les échanges et la participation. II convient d'éviter toute perturbation (téléphone, visiteurs, marteau piqueur...), de résoudre les problèmes éventuels d'hébergement, de transport et de prévoir la prise en charge des repas.

SEPTIEME ETAPE : LA PREPARATION DU SUJET PAR L'ANIMATEUR

L'animateur collecte toute documentation nécessaire à la présentation du thème et prépare des aides audiovisuelles pour introduire la discussion. Pour accroître l'efficacité de la réunion, un dossier est remis aux participants au préalable s'il est important, ou au démarrage de la séance de travail s'il s'agit d'un simple rappel d'éléments nécessaires au travail. Le dossier doit être présenté de façon claire, être complet et facile d'emploi.

HUITIEME ETAPE : LA PREPARATION DE LA SALLE

La disposition spatiale joue un rôle important dans la communication.
Variable selon le type de réunion organisé et le nombre de personnes présentes, elle permet aux participants de se voir et de s'entendre mutuellement. Ainsi, seules les tables rondes ou ovales favorisent les relations dans le groupe de travail. Un plan de table sera dressé. Par centre, une assemblée, la meilleure solution demeure celle de l'estrade pour l'orateur face aux participants, avec une sonorisation adaptée. Des badges d'identification où des chevalets nominatifs seront parfois nécessaires, des bouteilles d'eau et des verres seront indispensables et vous n'oublierez pas de vous interroger sur la possibilité de fumer ou non au cours de la réunion...

ANIMER

Si la réussite d'une réunion tient à sa bonne préparation, elle se mesure aussi par quantité et la qualité des échanges entre les participants. Voilà qui vous dicte votre rôle d'animateur, mais là encore la tâche est difficile.

Le déroulement de la réunion

Les étapes

PREMIERE ETAPE : LE PROLOGUE

Au cours du prologue, durée comprise entre l'arrivée du premier participant et le démarrage effectif de la réunion, vous saluez les personnes présentes, faites les présentations, apportez des précisions éventuelles et fignolez votre préparation (vérification du bon fonctionnement du matériel audiovisuel, disposition des participants, dossiers...).

DEUXIEME ETAPE : LA REUNION

Puis l'heure sonne de votre prise de fonction !
Vous procédez à l'ouverture de la séance, quelques mots d'accueil, un tour de table pour la présentation des participants et du président de séance éventuel. Vous aurez désigné un secrétaire et rappellerez avec clarté le thème et les objectifs de la réunion. Grace à vos documents, rapports et autres aides audiovisuelles, vous lancez alors la discussion. La discussion s'organise ensuite autour de plusieurs phases :
Dans un premier temps, les participants s'interrogent sur la durée de la réunion, sur séance et celle des autres. Après cette phase d'interrogation, souvent synonyme de surprise d'inquiétude, suit une phase plus détendue d'apport d'idées. Les participants en désaccord s'opposent alors avant de rechercher un consensus. Dans le groupe structuré s'instaurent échanges positifs qui permettent de progresser vers une solution. En fin de réunion, votre synthèse doit recueillir l'accord du groupe, un compte-rendu sera la suite la plus naturelle réunion. Élaboré par la secrétaire de séance ou vous-même, il présente la synthèse discutions et les solutions retenues. Une évaluation réalisée en fin de séance ou lors d'une réunion ultérieure permet de vérifier l'atteinte des objectifs et le niveau de satisfaction des participants.

Quelles caractéristiques pour un groupe efficace ?

A éviter	À privilégier
· Une atmosphère tendue · Peu d'échanges · Pas de cohésion du groupe · Aucun accord · Peu d'idées apportées · Pas de prise de conscience des différentes personnalités	· Une atmosphère détendue · Des échanges nombreux · De 1'écoute · Un consensus dans les décisions · Une expression libre · Un riche apport d'idées · Un respect des personnalités

Votre rôle d'animateur

Vous avez préparé et organisé la réunion mais son efficacité repose sur la participation active des personnes présentes. Et là encore la dynamique du groupe dépend de votre compétence d'animateur dans la conduite de réunion.

À travers votre souci de faire progresser le groupe pour atteindre les objectifs fixes, il s'agit pour vous de :

- Faciliter les échanges,
- Soutenir l'attention des participants,
- Distribuer la parole,
- Assurer la cohésion,
- Régler les oppositions,
- Reformuler,
- Établir des synthèses (voir les iniques ci-dessous)

La tâche est d'autant plus difficile que d'une part les individus ont des comportements divers au sein du groupe (voir tableau) d'autre part qu'une réunion de travail ne se conduit pas comme un brainstorming.

En résumé, vous l'avez compris, on ne s'improvise pas animateur de réunion...

Les techniques de l'animateur

La reformulation : elle facilite l'expression, l'écoute et la vérification de la compréhension
La question écho : l'animateur renvoie la question à celui qui l'a posée
La question relais : l'animateur renvoie la question posée à un autre participant
La question miroir : l'animateur renvoie la question à l'ensemble du groupe.
La relance : l'animateur reprend une question antérieure auquel le groupe n'a pas répondu

Les attitudes des participants

Les attitudes	Caractéristiques
Celui qui a la science infuse	II détient les seules informations valables. Sa méthode de travail est la seule efficace.
Le timide	II reste en retrait. II observe, acquiesce et ne participe pas réellement à la réunion.
Le coopératif	II sait défendre son point de vue. II essaie de construire en portant un intérêt a la position des autres. Positif, critique, il échange volontiers.
L'attentif	II écoute, observe, complète, confirme, précise les idées
Le bavard	II déverse des flots de propos. II peut énoncer d'excellentes idées mais empêche les autres faire autant.

Rapport-Gratuit.com

BIEN UTILISER LE TÉLÉPHONE

Le téléphone est devenu un des principaux outils de communication entre l'entreprise et ses différents interlocuteurs. De l'accueil à la vente, il véhicule votre image de marque alors comment développer politesse, charme et efficacité ? Voici quelques conseils.

Les étapes

AVANT LA COMMUNICATION

- Décontractez-vous
- Ayez confiance en vous
- Concentrez-vous sur votre travail : si vous êtes l'appelant, préparez l'entretien brièvement (dossiers, matériel, renseignements...).
- Évitez la confusion et l'improvisation
- Assurez-vous d'un minimum de tranquillité, évitez le désordre

PENDANT LA COMMUNICATION

- Pariez lentement et distinctement dans l'écouteur. À 3 cm environ, pas à côté.
- Pariez ni trop fort, ni trop bas : ton de conversation normale, comme si votre correspondant était assis en face de vous.
- Pariez d'une voix ferme et assurée.
- Ayez une voix chaleureuse et rythmée : respectez la ponctuation en la remplaçant par des pauses respiratoires.
- Soyez souriant. Votre sourire s'entend, il améliore les dispositions de votre correspondant.
- Appelez votre interlocuteur par son nom (c'est une caresse psychologique).
- Pensez, vivez votre entretien. Vous devez croire à ce que vous dites.
- Ayez un style direct (sujet + verbe + complément).
- Utilisez des mots positifs, qui font image.
- Valorisez vos interlocuteurs (surtout ceux qui sont en bas de l'échelle hiérarchique)
- Écoutez attentivement votre interlocuteur ? Vous serez mieux arme pour répondre l'écoute, c'est le secret du succès.
- Ne lui coupez jamais la parole.
- Ne lui dites jamais qu'il a tort.
- Évitez les digressions, les anecdotes.
- Lorsque vous parlez, isolez chaque idée. Avant d'aborder une autre idée, marque temps d'arrêt.
- Assurez-vous d'être écouté vous aussi en insérant avec habileté une question dans conversation.
- Préservez le feed-back de l'entretien : Votre interlocuteur ne doit pas perdre là votre argumentation. Évitez les dialogues de sourds.
- N'ayez pas peur du silence lorsque votre interlocuteur réfléchit.
- Restez concentré pour répondre clairement à toute objection.
- Ne vous opposez pas aux objections (pas de boxe, du judo). Comprenez ce qui l'autre, ajoutez un élément d'argumentation et tentez de conclure de nouveau agressivité. Enchainez sans vous laisser démonter.

- Ne vous laissez jamais décourager par un refus.
- Conservez un ton assure et ferme en toutes circonstances.
- Tenez-vous prêt à concrétiser toute offre de votre interlocuteur.
- Pour conclure, proposez toujours une alternative.
- Concluez toujours de façon nette, ferme et souriante, quel que soit le résultat de l'entretien
- Ne vous affolez jamais, quoi qu'il arrive.
- Ne lisez pas votre argumentaire si vous en avez un. Vous devez le connaitre par (ainsi que les réponses aux objections : le texte ne doit vous servir qu'en cas de trou de mémoire.

APRES LA COMMUNICATION

- Noter le résultat de l'entretien et ne pas se fier a sa seule mémoire

Éventuellement transmettre à qui de droit.
Pour réussir à faire automatiquement tout cela sans y penser, il faut deux choses :
1 - Élaborer un guide d'entretien et s'en servir
2 - Avoir la volonté de faire le point après chaque appel en se demandant :

- Pourquoi ai-je échoue ?
- Qu'est-ce que j'aurai pu améliorer dans ma prestation ?
- Comment faire mieux la prochaine fois ?
- Qu'est-ce qui à bien fonctionne ?
- Que puis-je réutiliser ?

Le téléphone n'est pas la plupart du temps un outil de vente. II est par centre utile pour fixer un rendez-vous avec le MAN (Moyen, Autorité, Nécessite), le vendeur ne doit en aucun cas argumenter (cf. fiche 36).
Cette phase de prise de rendez-vous est par fois annoncée par l'envoi d'un mailing (cf. fiche 45)

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

LA COMMUNICATION NON VERBALE

La compréhension d'un message oral est obtenue grâce au sens des mots (7%), à l'intonation (38%) et aux gestes (55%). Inutile de dire que la gestuologie occupe une place de choix lors d'un entretien d'épreuve d'examen ou de recrutement.
Préparez-vous à être observé.

LE REGARD

Les yeux sont un outil de communication directe avec une personne, alors concentrez-vous sur la façon dont vous regardez.
Attention au regard fuyant ou aux yeux mi-clos, vos interlocuteurs y reconnaîtront votre volonté de non-réponse ou d'être ailleurs.
Évitez de lire vos notes ou de n'avoir d'yeux que pour une seule des personnes présente. Votre regard doit convaincre l'auditoire auquel vous vous adressez.
Ne baissez pas la tête, vous perdrez le contact visuel et vous donnerez à l'échange une relation d'inférieur à supérieur dans laquelle la communication sera à sens unique.

LE VISAGE

Sur votre visage, vos émotions se lisent à travers votre sourire, vos mimiques, vos mouvements des sourcils, des lèvres ou des yeux.
Les expressions du visage traduisent alors la joie, la surprise, la colère, la peur, l'étonnement…
La meilleure façon d'entamer en communication est d'opter pour un sourire naturel qui crée un climat positif.

LES GESTES

Posture et mouvements forment un ensemble facilement observable, qui, conscient ou inconscient, traduit un état affectif de la personne étudiée : votre attitude physique peut refléter votre attitude mentale. Les gestes permettent d'accompagner et ponctuer la prestation orale, contrario l'absence de gestes indique l'indifférence (voir page suivante).
Évitez les gestes barrières, privilégiez les gestes d'ouverture.

Les gestes barrières	Les gestes d'ouverture
Les mains sur les oreilles	Le buste en avant
La tête appuyée sur les poings fermes	Les paumes de la main ouvertes en l'air

Les gestes barrières	Les gestes d'ouverture
Les bras croisés Se frotter les mains Le doigt passe dans le col de chemise La poussière imaginaire Le raclement de gorge Les lèvres crispées Les sourcils froncés	La tête inclinée sur le côté Les jambes parallèles Les pieds bien poses si debout Les bras à plat sur le bureau Le regard

LA TENUE VESTIMENTAIRE

Votre présentation (vêtements, maquillage, coiffure..) doit être en accord avec la situation. Pour choisir des vêtements, vous prendrez en compte le confort et l'aisance qu'ils vous procurent : un jour d'examen, évitez des chaussures neuves, une tenue trop chaude, une ceinture trop serrée, chemisier trop décolleté…

Les gestes et leur signification

Paumes vers le sol	Paumes vers le sol
Paumes en l'air	Paumes en l'air
Mains en ciseaux	Mains en ciseaux
Mains en dôme	Mains en dôme
Index tendu	Index tendu
Main devant la bouche	Main devant la bouche
Poing	Poing
Mains jointes ou croisées	Mains jointes ou croisées
Bras croisés	Bras croisés
Tête penchée de côté	Tête penchée de côté
Tête appuyée sur l'index	Tête appuyée sur l'index
Tête appuyée sur les poings fermés	Tête appuyée sur les poings fermés
Front dans la main	Front dans la main
Jambes croisées	Jambes croisées
Jambes en avant du siège,	Jambes en avant du siège,
Bassin en avant du siège, dos au siège.	Bassin en avant du siège, dos au siège.
Buste incliné en avant	Buste incliné en avant
Recul du buste	Recul du buste
Buste colle au dossier	Buste collé au dossier
DOS rond	DOS rond
Debout, adossé à une paroi	Debout, adossé à une paroi
Debout, une main sur la hanche	Debout, une main sur la hanche

Un seul geste ne signifie pas grand-chose, il doit être replacé et être corroboré par d'autres signes.

Accueillir c'est vendre. Soigner sa présentation, adopter une attitude enthousiaste, se présenter sous son meilleur jour, c'est se donner les meilleurs atouts pour convaincre client que l'on est le plus intéressant. On accueille par ses locaux dans son point de vente ou son entreprise, par son personnel et au téléphone. Quelques conseils simples pour penser à son client et le mettre en confiance.

Les étapes

ACCUEILLIR PAR SES LOCAUX

- Faciliter l'accès, la signalétique
- Avoir des locaux attractifs, qui donnent une bonne image de l'entreprise et soit publicité grandeur nature.
- Organiser les locaux afin de les rendre fonctionnels pour les salariés et les clients
- Chaque personne de l'entreprise doit être présentable, dans une tenue propre et respectueuse du client
- Ranger les locaux et éviter que trop de cartons, matériels... ne traînent et encombrent couloirs et bureaux
- Des locaux propres et nettoyés sont un indice de qualité et de respect pour le client.

ACCUEILLIR SUR UN POINT DE VENTE

- Traduire l'accueil par son attitude :
  - Laisser la porte ouverte
  - Éviter les obstacles (marche...)
  - Donner priorité aux clients (arrêter ses conversations internes)

- Montrer réellement au client qu'on le reçoit:
  - Saluer
  - Rendre l'éventuelle attente sympathique
  - Identifier le client s'il est connu
  - Adopter une attitude souriante, aimable et disponible

ACCUEILLIR DANS UNE ENTREPRISE

- Signaler l'accès a l'entreprise, prévoir un véritable accueil dans la porte
- Confort, délais d’attente minimaux
- Proposer thé, café…
- Prévenir au plus tôt la personne visitée
- L’accueil dans un show room produit, technique.

Aides pour la description des comportements non verbaux

Intention de communication	Jeu de physionomie	Regard	Gestuelle proxémiques	Ton rythme	Exemples d'énoncé
Accord • spontané • forcé Désaccord	 Léger sourire Crispation/tension Sourcil foncés	 Franc Plus fixe plus fixe	 Mouvement de tête haut-bas — Mouvement de tête droite-gauche	 Aimable Bas/tendu —	 *D'accord* *Bon… oui. Non.*
Indifférence	Neutre	détourné	Haussement d'épaules	neutre	*Bof !*
Ignorance	Sourcils levés	—	épaules levées paumes ouvertes	—	*Je ne sais pas*
Refuse • courtois • sec/scandalisé	 — Crispation	 — —	 Main levées, paume ouverte yeux levés au ciel	 — Sec/choqué	 *Non, merci* *Non, mais….*
Appréciation • positive • négative	 La bouche s'arrondit Lèvre inferieurs vers l'avant (moue)	 Pétillant —	 Pouce levé/cercle avec le pouce et l'index Mouvement des épaules (rejet)	 haut/rapide bas	 *Délicieux !* *C'est nul !*
Étonnement / surprise	bouche ouverte, hausser les sourcils	Ouvrir de grands yeux, avoir les yeux ronds	—	haut	*C'est pas vrai !*
Doute Dénigrement	hausser les sourcils —	— —	hausser les épaules hocher la tête	Bas —	*Tu crois ?* *Non, mais….*
Enervement/ exaspération	—	fixe/agacé	main horizontale passée au dessus de la tête	brusque	*Ras-le-bol !*
Colère	Froncer les sourcils	—	serrer les poings	bas/brusque (indigné)	*Non !* *Tu exagères !*
Menace/ agressivité	—	fixe	Faire face /avancer, s'approcher très prés, défier l'autre	Violent (provocateur)	*Tu vas voir !*
Découragement/ Impuissance	hausser les sourcils	—	hausser les épaules, mains ouvertes, paumes ouvertes	bas	*Qu'est-ce tu veux !* *C'est comme ça !*
Peur Timidité Reserve/modestie	— — —	détourner le regard — Baisser les yeux	Se recroqueviller Se faire tout petit —	Très haut (cri) Bas/lent —	*Non !* — *Oh, moi…*
Tristesse	—	embué	Léger haussement d'épaules	Bas/lent	*Tant pis !*

Annexe 5

ancrage, n.m.
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Lien fixe entre deux monnaies, avec possibilité de fluctuations très limitée par rapport à un cours central. ♦ ***Voir aussi :*** crémaillère.
♦ ***Équivalent étranger :*** peg.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

arbitrage, n.m.
♦ ***Domaine :*** Économie générale. ♦ ***Définition :*** Procédure, décision par laquelle on cherche à obtenir le meilleur compromis entre des objectifs contradictoires.
♦ ***Note :*** L'arbitrage peut relever soit de la politique économique (par exemple, arbitrage entre inflation et chômage, entre préoccupations de court ou de long terme), soit de décisions individuelles (par exemple, recherche d'un équilibre entre travail et loisir).
♦ ***Équivalent étranger :*** trade-off.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

assistant de clientèle
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** customer assistant, customer support employée.
Source : *Journal officiel* du 30 janvier 2005.

assurance multirisque
♦ ***Domaine :*** Assurance.
♦ ***Équivalent étranger :*** compréhensive insurance.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

autorisation d'exploitation
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** licensing.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

bail d'exploitation
♦ ***Domaine :*** Finances.
♦ ***Définition :*** Bail permettant au preneur de disposer, pour son exploitation, de l'objet du bail pendant une période prédéterminée ; le loyer ne couvre pas entièrement l'amortissement et les intérêts financiers, le bien retournant au bailleur à l'issue du bail.
♦ ***Note :*** Contrairement au bail financier, le bail d'exploitation ne comporte pas de clause de rachat.
♦ ***Équivalent étranger :*** operating lease.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

billet à ordre
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Écrit par lequel un débiteur s'engage à payer, à une date déterminée, une certaine somme au bénéficiaire ou à son ordre.
♦ ***Note :*** Le billet à ordre est négociable.
♦ ***Équivalent étranger :*** promissory note.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

bon à moyen terme négociable
♦ ***Abréviation :*** BMTN. ♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Catégorie de titre de créance négociable d'une durée initiale supérieure à un an pouvant être émis sur le marché, sous réserve de certaines conditions règlementaires, par les établissements de crédit, les entreprises, les institutions de la CEE et les organisations internationales.
♦ ***Équivalent étranger :*** medium term note (MTN).
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

chariot, n.m.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Poussette permettant à la clientèle des magasins en libre-service de transporter les articles achetés.
♦ ***Note :*** Le terme « caddy *cart* » est impropre.
♦ ***Équivalent étranger :*** caddie cart, shopping trolley.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

chef comptable
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** accounting manager.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

chef de produit
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Personne responsable de la gestion d'un produit ou d'un groupe de produits.
♦ ***Voir aussi :*** manageur de produits.
♦ ***Équivalent étranger :*** product executive, product manager.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000 et du 14 mai 2005.

chef d'équipe
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** team leader.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

chef de rayon
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** floor manager.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

chef de réseau
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** network manager.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

chef des ventes
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** sales executive.
Source : *Journal officiel* du 30 janvier 2005.

chef du crédit
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Personne qui, dans une entreprise, dirige le service du crédit à la clientèle.
♦ ***Équivalent étranger :*** crédit manager.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

comptant, adj.
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Se dit d'un paiement immédiat quel que soit le moyen de paiement utilisé dès lors que ce moyen de paiement ne prévoit pas de délai.
♦ ***Note :*** **1.** Ne s'emploie qu'au masculin, mais l'accord en nombre est possible. **2.** S'emploie aussi comme adverbe. Exemple : payer comptant [en anglais : *pay in cash (to)*].
♦ ***Voir aussi :*** espèces, payé-emporté. ♦ ***Équivalent étranger :*** cash.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

conditionnement, n.m.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Action de conditionner.
♦ ***Équivalent étranger :*** package.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

contrôle, n.m.
♦ ***Domaine :*** Tous domaines. ♦ ***Équivalent étranger :*** check-out, control, inspection.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

contrôleur de gestion
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** financial controller.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

crédit-bail, n.m.
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Technique de crédit dans laquelle le prêteur offre à l'emprunteur la location d'un bien, assortie d'une promesse unilatérale de vente, qui peut se dénouer par le transfert de la propriété à l'emprunteur.
♦ ***Note :*** **1.** Cette technique fait, en France, l'objet d'une règlementation législative explicite. **2.** Pluriel : crédits-bail.
♦ ***Voir aussi :*** bail financier, cession-bail, location avec option d'achat.
♦ ***Équivalent étranger :*** leasing.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

date butoir
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Date avant laquelle un crédit doit avoir été accordé pour que les échéances de remboursement correspondantes puissent être consolidées dans les accords de restructuration. ♦ ***Équivalent étranger :*** cut-off date.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

Rapport-Gratuit.com

déficit commercial
♦ ***Domaine :*** Économie générale. ♦ ***Équivalent étranger :*** trade gap.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

dépôt de garantie
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Fraction du prix d'une marchandise, d'un service ou d'un actif financier achetés à terme, versée au moment de la conclusion du contrat.
♦ ***Note :*** L'achat à terme dans une bourse de commerce donne lieu au dépôt, à titre de garantie, auprès de la chambre de compensation, d'une somme comprise le plus souvent entre 5 et 25 % de la valeur de la marchandise.
♦ ***Voir aussi :*** chambre de compensation. ♦ ***Équivalent étranger :*** deposit (GB), initial margin (EU).
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

dernier entré, premier sorti
♦ ***Abréviation :*** DEPS. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Système dans lequel la comptabilisation d'un élément de stock se fait sur la base du prix du dernier élément entré en stock.
♦ ***Voir aussi :*** premier entré, premier sorti. ♦ ***Équivalent étranger :*** last in, first out (LIFO).
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

développement durable
♦ ***Domaine :*** Économie générale. ♦ ***Antonyme :*** développement non durable.
♦ ***Définition :*** Situation où les perspectives de développement n'appellent pas de mesures correctives à court terme. ♦ ***Équivalent étranger :*** sustainable développement.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

direction générale
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** top management.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

dirigeant, n.m.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Voir aussi :*** manageur.
♦ ***Équivalent étranger :*** top manager.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

division, n.f.
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Fractionnement d'une action par division de son nominal. ♦ ***Note :*** Cette procédure a également pour conséquence le fractionnement de son cours de bourse dans les mêmes proportions. Elle permet ainsi une diffusion plus large du titre.♦ ***Équivalent étranger :*** splitting.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

écart, n.m.
♦ ***Domaine :*** Économie générale. ♦ ***Définition :*** Se dit, dans divers contextes, d'une différence, d'un retard, d'un intervalle, etc.
♦ ***Note :*** **1.** Le terme « différentiel » ne doit pas être utilisé. **2.** Le terme anglais *gap* ne peut pas toujours être traduit par « écart ». Exemples : déficit commercial (*trade gap*) ; pénurie de dollars (*dollar gap*).
♦ ***Équivalent étranger :*** gap.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

écart de production
♦ ***Domaine :*** Économie générale. ♦ ***Définition :*** Différence de niveau entre la production effective et la production potentielle. ♦ ***Note :*** L'écart de production, qui peut aussi bien être négatif que positif, ne s'applique qu'à de grands agrégats, tels que le PIB ou la production industrielle ou manufacturière. ♦ ***Équivalent étranger :*** output gap.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

écart social
♦ ***Domaine :*** Économie générale-Finances. ♦ ***Définition :*** Écart entre le coût total du travail supporté par l'entreprise et le salaire net après cotisations sociales. ♦ ***Note :*** La présente définition correspond au régime français dans lequel les impôts ne sont pas prélevés à la source. En effet, dans les pays où les impôts sont prélevés à la source, la notion de *tax wedge* correspond plus précisément à l'écart entre le coût total du travail supporté par l'entreprise et le salaire net après impôt et cotisations sociales ; dans ce cas, il s'agit d'un « écart fiscal ».
♦ ***Équivalent étranger :*** tax wedge, wage wedge.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

échange de créances
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Échange, entre deux banques ou organismes financiers, de créances privées ou publiques, essentiellement sur des pays différents, pour rééquilibrer géographiquement leurs portefeuilles de créances.
♦ ***Équivalent étranger :*** debt swap.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

gagnant-gagnant, adj.inv.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Se dit du résultat d'une négociation favorable à chacune des parties. ♦ ***Équivalent étranger :*** win-win.
Source : *Journal officiel* du 30 janvier 2005.

gestion de risques
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** **1.** Action de détection et d'évaluation visant à mesurer précisément l'étendue du risque de crédit ou de marché. **2.** En techniques commerciales, action de détection et d'évaluation visant à apprécier au mieux les risques à prendre.
♦ ***Voir aussi :*** gestionnaire de risques.
♦ ***Équivalent étranger :*** risk management.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

gestion de trésorerie
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Ensemble de techniques permettant d'obtenir du trésorier d'un groupe d'entreprises la meilleure gestion possible des flux monétaires et financiers.
♦ ***Équivalent étranger :*** cash management.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

management, n.m.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Ensemble des activités d'organisation et de gestion de l'entreprise et de son personnel. ♦ ***Note :*** Ce terme ne doit pas se prononcer à l'anglaise.
♦ ***Équivalent étranger :*** management. ♦ ***Attention :*** Cette publication annule et remplace celle du *Journal officiel* du 22 septembre 2000.
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

management par activité
♦ ***Abréviation :*** MPA. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Principe et pratique de management qui privilégient la méthode des coûts par activité pour la prise de décision.
♦ ***Voir aussi :*** méthode des coûts par activité.
♦ ***Équivalent étranger :*** activity-based management (ABM). Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

manageur, -euse, n.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Personne qui exerce une fonction relevant du management.
♦ ***Voir aussi :*** dirigeant.
♦ ***Équivalent admis :*** manager.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

marché au comptant
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Marché sur lequel les transactions donnent lieu à paiement et livraison non différés d'actifs financiers ou de marchandises. ♦ ***Note :*** S'agissant de marchandises, ces marchés portant généralement sur des quantités marginales, les opérateurs n'y interviennent que de manière ponctuelle.
♦ ***Équivalent étranger :*** spot market.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

marge de sécurité
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Différence entre la valeur de marché d'un titre et sa valeur en tant que gage. ♦ ***Note :*** La marge de sécurité vise à protéger un prêteur de fonds ou de titres en cas de pertes éventuelles dues à la baisse de la valeur du gage.
♦ ***Équivalent étranger :*** haircut.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

négociant, n.m.
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Intervenant qui agit sur les marchés financiers (exclusivement ou non selon les statuts qui lui sont applicables et selon la stratégie qu'il a retenue) pour son compte propre en prenant généralement des positions de marché.
♦ ***Note :*** Le terme dealer correspond à des activités et des statuts très variés, selon les marchés et les droits applicables. ♦ ***Équivalent étranger :*** dealer.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

négociation, n.f.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Voir aussi :*** accord, transaction.
♦ ***Équivalent étranger :*** deal.
Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

personne prospectable
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Personne pouvant faire l'objet d'une action de prospection. ♦ ***Voir aussi :*** prospectable.
♦ ***Équivalent étranger :*** prospect.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

personne prospectée
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Personne faisant ou ayant fait l'objet d'une action de prospection. ♦ ***Voir aussi :*** prospecté. ♦ ***Équivalent étranger :*** prospect.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

planification, n.f.
♦ ***Domaine :*** Tous domaines. ♦ ***Définition :*** Organisation suivant un plan. ♦ ***Note :*** Selon le contexte, on peut préférer « plan », « programme »,« programmation », « calendrier », etc. ♦ ***Voir aussi :*** calendrier.
♦ ***Équivalent étranger :*** planning.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

pouvoir d'achat
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** buying power, purchasing power.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

premier entré, premier sorti
♦ ***Abréviation :*** PEPS. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦***Définition :*** Système dans lequel la comptabilisation d'un élément de stock consommé se fait sur la base du prix du premier élément identique entré en stock. ♦ ***Voir aussi :*** dernier entré, premier sorti.
♦ ***Équivalent étranger :*** first in, first out (FIFO).
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

prospecté, adj.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Se dit d'une personne physique ou morale ayant fait l'objet d'une action de prospection. ♦ ***Voir aussi :*** personne prospectée.
♦ ***Équivalent étranger :*** prospect.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

redevance, n.f.
♦ ***Domaine :*** Finances-Pétrole. ♦ ***Définition :*** Somme versée à échéances périodiques en contrepartie d'un avantage concédé contractuellement.
♦ ***Équivalent admis :*** royalty.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

relancer, v.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Donner un nouvel élan.
♦ ***Note :*** Dans des acceptions voisines, on dit aussi « doper » (v., fam.), « accélérer » (v.), « stimuler » (v.).
♦ ***Équivalent étranger :*** boost (to).
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

rendement de l'investissement
♦ ***Abréviation :*** RDI. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Quotient du bénéfice net par le capital investi.
♦ ***Équivalent étranger :*** return on invested capital (ROIC), return on investment (ROI).
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

rendement des capitaux engagés
♦ ***Abréviation :*** RCE. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Quotient du résultat d'exploitation par les capitaux propres augmentés des dettes à long terme.
♦ ***Équivalent étranger :*** return on capital employed (ROCE).
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

rendement des capitaux propres
♦ ***Abréviation :*** RCP. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Quotient du bénéfice net par les capitaux propres.
♦ ***Équivalent étranger :*** return on equity (ROE).
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

renforcement d'équipe
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** empowerment, team building.
Source : *Journal officiel* du 14 août 1998.

rentabilité totale d'une activité
♦ ***Abréviation :*** RTA. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Quotient de la valeur finale des investissements pour un secteur donné, augmentée des flux qu'ils engendrent, par leur valeur initiale en début de période.
♦ ***Équivalent étranger :*** total business return (TBR). Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

responsable de clientèle
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** client manager, customer relationship manager. Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

responsable de la facturation
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** billing manager.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

responsable de la fiscalité
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Personne chargée de traiter la fiscalité dans une entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** tax manager.
Source : *Journal officiel* du 30 janvier 2005.

responsable de la sécurité
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** safety manager, security manager.
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

responsable des prix et des devis
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** cost estimator.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

responsable des services généraux
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Personne chargée de la gestion de tout ce qui n'a pas directement trait à la production de l'entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** facilities manager.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

responsable de zone de vente
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Équivalent étranger :*** area sales manager. Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

restructuration, n.f.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Réorganisation d'une entreprise avec maintien d'effectif, embauche ou licenciement. ♦ ***Équivalent étranger :*** downsizing, rightsizing, up sizing, upsizing. ♦ ***Attention :*** Cette publication annule et remplace celle du terme « restructuration avec embauche » au *Journal officiel* du 28 juillet
2001. Source : *Journal officiel* du 30 janvier 2005.

résultat net d'exploitation
♦ ***Abréviation :*** RNE. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Recettes dégagées par les activités d'exploitation de l'entreprise diminuées des impôts afférents. ♦ ***Équivalent étranger :*** net operating profit after tax (NOPAT).
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

réunion, n.f.
♦ ***Domaine :*** Tous domaines. ♦ ***Équivalent étranger :*** meeting.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

ristourne, n.f.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise-Tourisme. ♦ ***Définition :*** Réduction accordée dans le cadre d'une transaction commerciale.
♦ ***Voir aussi :*** discompte. ♦ ***Équivalent étranger :*** discount.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

rotation, n.f.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Rythme de renouvellement du personnel, du chiffre d'affaires, des stocks d'une entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** turnover.
Source : *Journal officiel* du 14 août 1998.

savoir-faire, n.m.
♦ ***Domaine :*** Tous domaines. ♦ ***Synonyme :*** compétence, n.f., expérience, n.f.
♦ ***Équivalent étranger :*** know-how.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

service de clientèle
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Ensemble des services commerciaux de l'entreprise proposés au client, tels que les bons de commande et les catalogues. ♦ ***Équivalent étranger :*** front office.
Source : *Journal officiel* du 14 mai 2005.

stratégie d'entreprise
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Choix des orientations structurelles et concurrentielles d'une entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** business strategy.
Source : *Journal officiel* du 12 mai 2000.

système d'information comptable
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Ensemble finalisé d'états, délais et procédures auquel une entité doit se conformer pour rendre compte aux organes chargés du contrôle ou du suivi des réalisations.
♦ ***Équivalent étranger :*** reporting system.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

tableau de bord
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Document de gestion présentant un ensemble d'indicateurs directement reliés à la stratégie développée par l'entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** balanced scorecard.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

tarification en temps réel
♦ ***Abréviation :*** TTR. ♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise.
♦ ***Définition :*** Adaptation tarifaire en temps réel rendue possible par la connaissance instantanée du marché.
♦ ***Équivalent étranger :*** yield management.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

taux plafond
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Contrat par lequel une entité s'assure, moyennant le paiement d'une prime, un taux d'intérêt maximal fixé pour une période donnée.
♦ ***Note :*** **1.** La forme développée de « taux plafond », équivalent de l'anglais *cap,* est « garantie de taux plafond ». **2.** Une garantie de taux plafond peut être contractée notamment en cas d'endettement.
♦ ***Équivalent étranger :*** cap, cap interest rate.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

transaction, n.f.
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Voir aussi :*** accord, négociation.
♦ ***Équivalent étranger :*** deal. Source : *Journal officiel* du 28 juillet 2001.

transfert, n.m.
♦ ***Domaine :*** Finances. ♦ ***Définition :*** Opération par laquelle une des parties sort d'un échange financier en transférant ses droits et obligations à une tierce partie.
♦ ***Équivalent étranger :*** assignment.
Source : *Journal officiel* du 22 septembre 2000.

veille à la concurrence
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Recherche, traitement et diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements relatifs à la concurrence.
♦ ***Équivalent étranger :*** competitive intelligence.
Source : *Journal officiel* du 14 août 1998.

veille au marché
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Recherche, traitement et diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements relatifs à l'environnement commercial de l'entreprise.
♦ ***Équivalent étranger :*** marketing intelligence.
Source : *Journal officiel* du 14 août 1998.

veille économique
♦ ***Domaine :*** Économie et gestion d'entreprise. ♦ ***Définition :*** Recherche, traitement et diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements utiles à l'entreprise.
♦ ***Note :*** **1.** La veille économique comprend notamment la veille à la concurrence et la veille au marché.
2. L'expression « intelligence économique » est impropre dans le domaine de l'économie d'entreprise.
♦***Équivalent étranger :*** business intelligence.
Source : *Journal officiel* du 14 août 1998.

veille humaine
♦ ***Domaine :*** Tous domaines.
♦ ***Définition :*** Collecte et traitement de l'information effectués directement par l'homme.
♦ ***Équivalent étranger :*** human intelligence, humint.
Source : *Journal officiel* du 26 mars 2004.

Annexe 6

Rapport-Gratuit.com
Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Expression orale-Grille d'évaluation

Compétences linguistiques	Débutant			Intermédiaire		Supérieur	
Critères	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Complexité des structures	Absence de syntaxe ou phrases très incomplètes,	Les phrases sont élémentaires et répétitives.	Les phrases sont simples et stéréotypées.	Le discoure est organisé avec des phrases simples et quelques phrases Complexes ; les erreurs sont fréquentes.	Les phrases simples sont utilisées correctement ; erreurs dans les structures complexes.	Les structures sont variées et adéquates ; quelques erreurs sur les phrases les plus complexes.	Les structures complexes sont parfaitement maitrisées et utilisées avec justesse
Cohésion du discours.	Aucun enchaînement ; les mots sont juxtaposés.	Les phrases sont juxtaposes; quelques connecteurs élémentaires sont utilisés.	Les connecteurs sont simples et utilises de manière répétitive.	Les connecteurs courants (temporels et logiques) sont utilisés correctement.	Les connecteurs et les articulateurs sont variés mais pas toujours adéquats.	Les enchainements syntaxiques sont variés et les liens logiques sont appropriés.	Les idées s'enchainent de manière claire et fluide ; les liens logiques sont variés et utilisés avec justesse
Étendue	Mots isolés essentiellement.	Le répertoire lexical est très limité; emploi répétitif des mots.	Le répertoire lexical est limité, les périphrases sont fréquentes.	Le répertoire lexical est plus large mais les périphrases restent nécessaires.	Le répertoire lexical est assez large; utilise tous les moyens à sa disposition pour pallier ses lacunes.	Le répertoire lexical est étendu; les tournures idiomatiques sont utilisées correctement.	Le répertoire lexical est très étendu; maîtrise différents registres de langue.
Maîtrise	Le vocabulaire employé n'est pas pertinent.	Le vocabulaire employé est très approximatif.	Les erreurs et les confusions sont fréquentes dans l'expression d'idées complexes.	Le vocabulaire concret est correct; nombreuses lacunes dans le lexique abstrait.	Le vocabulaire employé est juste dans l'ensemble: quelques confusions.	Le vocabulaire employé est précis et pertinent.	Le vocabulaire employé est parfaitement adapté
Prononciation et intonation	Les erreurs sont systématiques et la compréhension difficile.	Les erreurs sont fréquentes et la compréhension difficile.	Effort pour respecter les codes mais les erreurs gênent encore la compréhension.	Quelques erreurs affectent encore les échanges mais l'ensemble est compréhensible.	Peu d'erreurs sont commises; aucune gêne dans la compréhension.	La prononciation et le schéma intonatif sont proches de la langue authentique.	Très proche de la langue authentique; un léger accent peut subsister.
Rythme et débit	Le rythme est très haché et le débit très lent.	Le rythme est très irrégulier; beaucoup d'hésitations.	Le rythme est parfois irrégulier.	Le rythme est assez homogène.	Le rythme est homogène et le débit presque régulier.	Le débit est régulier.	Le débit est naturel et fluide.

Expression orale-Grille d'évaluation

Compétences communicatives	**Débutant**			**Intermédiaire**		**Supérieur**	
Critères	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Qualité des échanges	Ne comprend pas les interventions de l'animateur et des camarades.	De nombreuses ruptures rendent l'échange difficile.	Les échanges sont brefs et non suivis.	Questions et réponses s'enchaînent dans les situations prévisibles.	Les échanges sont suivis même dans les situations imprévues.	Les échanges donnent lieu à une discussion soutenue.	Les échanges sont naturels et la discussion animée.
Présentation des faits	Les faits sont peu ou pas présentés.	L'exposé est confus; simple lecture du document.	L'exposé est bref; les informations présentées sont paraphrasées.	L'expose est simple mais clair; effort de reformulation des informations.	L'exposé est développé et structuré; les informations sont clairement reformulées.	L'exposé est clair et complet ; les informations sont présentées avec assurance.	L'exposé est clair, précis et suscite l' intérêt; Les informations sont présentées de façon originale.
Qualité de l'argumentation	Le discours est décousu; aucune intention de, convaincre.	Le discours est confus; peu d'arguments présentés.	Le discours est contradictoire et les arguments présentés ne sont pas tous pertinents.	Le discours est cohérent; les arguments sont justes mais peu développés.	Le discours est clair; les arguments sont pertinents et illustrés.	Le discours est bien mené ; les arguments sont convaincants et bien développées.	Le discours est juste et convaincant; les arguments sont nuancés et appuyés.
Qualité des échanges	Ne comprend pas les interventions .	L'échange est difficile; réagit à quelques sollicitations.	Les échanges sont directs et brefs; ne réagit pas toujours aux contre-arguments.	Intervient régulièrement pour justifier son point de vue.	Soutient son point de vue mais peut être troublé par des contre-arguments.	Réagit et défend ses Idées avec justesse.	Participe activement à la discussion et défend avec; habilité son point de vue.