

Au vu du contexte sanitaire lié à la propagation du coronavirus, les modalités d'organisation et d'évaluation des unités d'enseignement ont pu, dans différentes situations, être adaptées ; ces éventuelles nouvelles modalités ont été -ou seront- communiquées par les enseignant-es aux étudiant-es.

6 crédits	22.5 h + 22.5 h	Q1
-----------	-----------------	----

Enseignants	François Thomas ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables	Pré-requis : avoir atteint le niveau 'B2' au niveau de la compréhension à la lecture et de la compréhension à l'audition en français (Cadre européen commun de référence).
Thèmes abordés	<p>Le cours aborde différentes situations de communication orale spécifiques à la vie de l'entreprise : présentation à la presse, téléconférence, salon d'entreprise, entretien de sélection, entretien d'évaluation, réunion de travail : Chacune de ces situations est envisagée selon trois perspectives :</p> <ul style="list-style-type: none"> - analyse situationnelle (contraintes et moyens disponibles); - analyse discursive (stratégies discursives et genres de discours); - analyse sémiolinguistique (mise en discours). Les compétences de communication orale propres à la situation (pour soi-même et pour d'autres collaborateurs de l'entreprise) sont mises en évidence et exercées.
Acquis d'apprentissage	<p>Analyser et s'approprier les principes de stratégies de communication orale en français dans l'entreprise. Comprendre l'incidence des pratiques de communication orale sur la vie de l'entreprise (y compris dans des milieux professionnels multilingues).</p> <p>1 Comprendre et mettre en place les conditions et modalités de développement des compétences orales au travail (pour soi-même et pour d'autres collaborateurs, qu'ils soient francophones ou non). Exercer ces compétences.</p> <p>-----</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. Évaluation continue durant le quadrimestre (travaux intermédiaires, participation aux activités, projet collaboratif). L'examen sera constitué d'un examen écrit portant sur la matière théorique vue au cours et d'une présentation orale par groupe.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. En alternance, cours magistral et exercices encadrés.</p>
Contenu	<p>La méthode adoptée au cours s'articule en des exposés théoriques et des analyses de cas. Les situations de communication orales sont analysées sur la base de documents authentiques (films d'entreprises, extraits de journaux télévisés économiques, observations sur le terrain et rencontre de professionnels) et semi-authentiques (extraits de films de fiction présentant le monde de l'entreprise).</p> <p>Des professionnels de la communication orale en entreprise seront invités à témoigner en fonction des contenus proposés.</p> <p>Les exercices visent à pratiquer et accroître les compétences orales spécifiques aux situations professionnelles et à mettre en place des dispositifs de développement de ces compétences.</p>

<p>Bibliographie</p>	<p>Communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • AIMONETTI, Jean-Marc. (2006). Comment ne pas endormir son auditoire en 30 secondes. Bruxelles, De Boeck. • CHARLES, René, WILLIAME, Christine, GROSEMY, Anne-Sophie. (2015). La communication orale. Paris, Nathan. • DEMONT-LUGOL Liliane, KEMPF Alain, RAPIDEL Martine, SCIBETTA Charles (2006), Communication des entreprises. Stratégies et pratiques (2 e édition), Paris, Armand Colin (coll. Cours économie). • MEUNIER, Jean-Pierre, Peraya, Daniel (2010). Introduction aux théories de la communication. 3e édition. Bruxelles, De Boeck. • WESTPHALEN Marie-Hélène, LIBAERT Thierry. (2009). Communicator. Toute la communication d'entreprise, 5e édition, Paris, Dunod. <p>Discourse Analysis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • CHARTRAND, S.-G., ÉMERY-BRUNEAU, J. et SÉNÉCHAL, K. (2015). Caractéristiques de 50 genres pour développer les compétences langagières en français. Québec : Didactica. • CHARAUDEAU Patrick, MAINGUENEAU Dominique, s.dir. (2002), Dictionnaire d'analyse du discours, Paris, Editions du Seuil. • MAINGUENEAU Dominique (2009), Les termes clés de l'analyse du discours, nouvelle édition revue et augmentée, Paris, Editions du Seuil (coll. Points)
<p>Autres infos</p>	<p>Support de cours :</p> <ul style="list-style-type: none"> • slides (sur Moodle) • articles ou chapitres de livres (sur Moodle)
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>ROM</p>

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en langues et lettres françaises et romanes, orientation français langue étrangère	FLE2M	6		
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	6		
Master [120] en langues et lettres modernes, orientation générale	ROGE2M	6		