



6.00 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>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <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>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>L'évaluation des acquis d'apprentissage se fera selon les modalités suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluation continue (30%) : Cela inclut les travaux intermédiaires du cours magistral, la participation aux activités et les activités du TP. • Evaluation finale (70%) : <ul style="list-style-type: none"> • Présentation par groupe d'un projet collaboratif (40%) • Examen théorique sur la matière du cours (30%) <p>Pour la session de septembre, la pondération sera la suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluation finale (100%) : <ul style="list-style-type: none"> • Projet collaboratif : 50% • Examen théorique : 50% <p>NB : Les intelligences artificielles (IA) génératives doivent être utilisées de manière responsable et conformément aux pratiques de l'intégrité académique et scientifique. L'intégrité scientifique impliquant que l'on cite ses sources, l'usage d'une IA doit toujours être signalée. L'utilisation des intelligences artificielles pour les tâches où celles-ci sont explicitement interdites sera considérée comme un cas de tricherie.</p>
Méthodes d'enseignement	En alternance, cours magistral et exercices encadrés.
Contenu	<p>La méthode adoptée au cours s'articule en des exposés théoriques et des analyses de situations concrètes d'interactions en entreprise, notamment dans le cadre d'un projet de groupe. Les situations de communication orales analysées sont des documents authentiques (publicités, capsules promotionnelles, films d'entreprises), mais aussi de documents pédagogiques, d'observations sur le terrain et de rencontres avec des professionnels. Ces analyses sont structurées autour de la notion d'analyse de genre, qui permet d'intégrer de nombreuses approches de l'analyse du discours et de l'analyse interactionnelle.</p> <p>Des professionnels de la communication orale en entreprise peuvent être 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>ELAL</p>

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