

3.00 crédits	15.0 h + 15.0 h	Q1
--------------	-----------------	----

Langue d'enseignement	Allemand
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables	Avoir atteint le niveau 'B2' au niveau de la compréhension à la lecture et de la compréhension à l'audition, ainsi qu'une compétence communicative productive (expression orale) de niveau 'B2' (Cadre européen commun de référence (CECR)).
Thèmes abordés	Le cours introduit les principes généraux de la communication, en particulier les composantes linguistiques, sociolinguistiques, pragmatiques et culturelles de l'interaction. Une attention particulière sera accordée aux caractères distinctifs des stratégies de communication dans le monde germanophone. Cette partie plus générale sera suivie d'une présentation détaillée des stratégies à mettre en oeuvre dans les activités orales de communication propres à l'entreprise. Ces stratégies seront analysées à l'aide de l'analyse conversationnelle: typologie, situations conversationnelle, structure de la conversation : macro- et micro-structures, phonologie, 'Les exercices qui accompagnent le cours permettront aux étudiants de simuler des prises de parole dans des situations diverses. Leurs performances seront enregistrées et feront l'objet d'un commentaire détaillé.
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p>1 Au terme du cours, l'étudiant devra connaître les principes généraux de stratégies de communication dans l'entreprise germanophone et devra au minimum avoir développé un savoir-faire communicatif oral de niveau B2+ (Cadre européen commun de référence - CECR) en allemand.</p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>La partie théorique (volume 1) et la partie pratique (volume 2) valent chacune pour 50% de la note finale. Dans la partie théorique (10/20), la présentation orale vaut pour 30% et l'examen oral pour 70%. La présentation orale porte sur une entreprise allemande et ses stratégies de communication. L'examen oral porte sur les thèmes abordés au cours.</p> <p>Dans la partie pratique (10/20), 50% sont attribués aux présentations, à chaque cours pendant le quadrimestre et 50% portent sur un test oral en semaine 14 concernant les sujets vus et les présentations des étudiant.e.s.</p> <p>En cas de participation à la session d'août, l'étudiant.e représentera toutes les activités d'évaluation (par ex. examen oral, présentation orale) pour lesquelles il/elle n'a pas obtenu 10/20.</p> <p>NB : Si des intelligences artificielles (IA) sont utilisées lors de la préparation des présentations orales, cette utilisation se doit d'être responsable et conforme 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 signalé. 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	<p>Volume 1 : Cours magistraux (présentations PowerPoint) sur la théorie de la communication d'entreprise (modèles, types, etc.).</p> <p>Volume 2 : Exercices sur différentes stratégies de communication et jeux de rôle. Apprentissage du vocabulaire adéquat. Entraînement de la fluidité orale.</p>
Contenu	<p>Les thèmes suivants seront abordés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduction générale à la communication d'entreprise (théorie, modèles, médias, etc.) • Introduction à la communication avec les collaborateurs et les clients • Description de diverses situations de communication d'entreprise (réunions, appels téléphoniques, présentations orales et autres types de communications orales, etc.) • Discussion de différents types de communication d'entreprise (communication de crise, communication du changement, communication internationale, etc.) <p>En fin de quadrimestre, les étudiant.e.s devront également faire une présentation orale portant sur une entreprise allemande et ses stratégies de communication.</p>

Bibliographie	<ul style="list-style-type: none"> • Höbl, A. (2015) Überzeugend und erfolgreich am Telefon: Das Kompaktraining für zielorientiertes Telefonieren. München: Verlag C.H. Beck • Mast, C. (2020) Unternehmenskommunikation. München: UVK Verlag • Mentzel, W. (2020) Erfolgreiche Präsentationen und Vorträge: Redeangst überwinden, Lampenfieber beherrschen. München: Verlag C. H. Beck • Pawloski, P. (2005) Konstruktiv Gespräche führen: Fähigkeiten aktivieren, Ziele verfolgen, Lösungen finden. München: Ernst Reinhardt • Rommerskirchen, J. & Roslon, M. (2020) Einführung in die moderne Unternehmenskommunikation. Grundlagen, Theorien und Praxis. Wiesbaden: Springer Gabler. • Schröder-Beck, I. (2020) Business Deutsch für die Arbeit im Büro. Independently published. • Seifert, J-W. (2013) Besprechungen erfolgreich moderieren. Offenbach: GABAL Verlag
Autres infos	Le volume 2 (15h) est assuré par l'Institut des Langues Vivantes (ILV).
Faculté ou entité en charge:	ELAL

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	3		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en sciences politiques, orientation relations internationales	SPRI2M	6		
Master [120] en sciences et technologies de l'information et de la communication	STIC2M	5		
Master [120] en administration publique	ADPU2M	3		
Master [120] en sciences politiques, orientation générale	SPOL2M	6		
Master [120] : ingénieur de gestion	INGE2M	5		
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5		
Master [120] en langues et lettres modernes, orientation germaniques	GERM2M	3		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [120] en sciences économiques, orientation générale	ECON2M	5		
Master [120] en langues et lettres modernes, orientation générale	ROGE2M	3		
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		