**COMMUNAUTE FRANCAISE**

**MINISTERE DE L'EDUCATION, DE LA RECHERCHE ET DE LA FORMATION**

**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**Langue DES AFFAIRES UF 1**

**ENSEIGNEMENT secondaire supérieur de transition**

|  |
| --- |
| **CODE : 73XX71U21D2** |
|  |
| **DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX** |

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 05 mai 2014,**

**sur avis conforme du Conseil général**

|  |
| --- |
| **Langue DES AFFAIRES : UF 1****ENSEIGNEMENT SECONDAIRE superieur** |

**1. FINALITES DE LA SECTION**

**1.1. Finalités générales**

Conformément à l’article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l’enseignement de promotion sociale, cette section doit :

* concourir à l’épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
* répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l’enseignement et, d’une manière générale, des milieux socio-économiques et culturels.

**1.2. Finalités particulières**

La section vise à amener l’étudiant à :

* la compréhension, la connaissance et l'utilisation d'une langue de communication orale et écrite, dans le cadre de situations diversifiées de la vie socioprofessionnelle, économique et politique et du monde des affaires, en relation avec les notions, les fonctions et les champs thématiques abordés ;
* une familiarisation avec la correspondance commerciale courante dans la langue cible.

**2. CAPACITES PREALABLES REQUISES**

**2.1. Capacités**

La compréhension et l’utilisation active et spontanée d'une langue de communication standard claire, orale et écrite, dans le cadre de situations diversifiées de la vie courante, en relation avec les champs thématiques abordés.

*En ce qui concerne chaque activité de communication langagière, l'étudiant sera capable de :*

* en compréhension de l'oral,
* comprendre les points principaux de documents audio, relatifs à des sujets courants et exprimés dans une langue standard.
* en compréhension de l'écrit :
* comprendre des textes rédigés dans une langue standard relatant des faits, des événements ou une problématique de la vie courante ou du travail ;
* identifier l'information pertinente dans des documents courants.
* en interaction orale :

*dans des activités et des mises en situation exigeant spontanéité et/ou improvisation,*

* prendre part, sans support écrit, à une conversation sur un thème abordé au cours ;
* comprendre et réagir adéquatement aux propos d'autres interlocuteurs, et donner son opinion,

*en respectant la morphosyntaxe, avec une prononciation, une intonation et une accentuation clairement intelligibles.*

* en production orale en continu :
* faire un court exposé préparé sur un thème courant, relater un événement, une expérience, une histoire et/ou exprimer ses opinions,

*en respectant la morphosyntaxe, avec une prononciation, une intonation et une accentuation clairement intelligibles.*

* en production écrite :

*dans un texte suivi, en utilisant des connecteurs logiques et chronologiques,*

* produire un texte sur un sujet de la vie courante (par exemple raconter une histoire, décrire un événement, une expérience) et/ou s'exprimer sur un thème connu en donnant son opinion,

*en respectant la morphosyntaxe.*

 **2.2. Titres pouvant en tenir lieu**

* Attestation de réussite de l'UF « Langue … - UF 4 - niveau intermédiaire de la langue cible, n° de code 73XX22U21D2
* Attestation de réussite de l’étude de la langue cible à un niveau correspondant à celui de « Langue … - UF 4 - niveau intermédiaire ».

**3. HORAIRE MINIMUM DE L’UNITE DE FORMATION**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 3.1. Dénomination du cours | Classement | Code U | Nombre de périodes |
| … affaires – UF1 | CT | B | 48 |
| 3.2. Part d’autonomie | P | 12 |
| Total des périodes |  | **60** |

**4. PROGRAMME**

Par la perception de divers éléments du langage (vocabulaire, phonologie, grammaire, orthographe et ponctuation, éléments paralinguistiques), les étudiants seront capables de :

* comprendre des messages oraux ;
* comprendre des messages écrits ;
* s’exprimer oralement ;
* s’exprimer par écrit.

**Objectifs spécifiques de l’UF 1**

1. **Compréhension à l’audition**

L’étudiant doit être capable de :

* comprendre globalement des messages oraux **usuels** (contenant peu de termes spécifiques) susceptibles d’être rencontrés dans la vie socioprofessionnelle et économique ;
* se familiariser avec les différents types de communication orale du monde des affaires (téléphone, dictaphone, etc.).
1. **Compréhension à la lecture**

L’étudiant doit être capable de :

* comprendre des messages écrits **usuels** susceptibles d’être rencontrés dans la vie socioprofessionnelle et économique (notes de service, lettres informelles, etc.) ;
* se familiariser avec les types les plus courants de communication écrite du monde des affaires, y compris la correspondance commerciale (lettres commerciales, message sur ordinateurs, télétex, etc.).
1. **Expression orale**

L’étudiant doit être capable de :

* demander et donner des informations **usuelles** relatives à la vie socioprofessionnelle et économique ;
* participer à un entretien qui mette en œuvre des expressions langagières usuelles propres au monde des affaires et à la correspondance commerciale de **base**.
1. **Expression écrite**

L’étudiant doit être capable de :

* demander et donner des informations **usuelles** relatives à la vie socioprofessionnelle et économique ;
* rédiger des messages écrits et simple, y compris du courrier, et utilisent des expressions langagières usuelles propres au monde des affaires et à la correspondance commerciale de **base**.

**CHAMPS THEMATQIUES ET CORRESPONDANCE COMMERCIALE**

**Préambule**

Les différents thèmes seront abordés de manière récurrente en relation avec le niveau linguistique visé par les objectifs spécifiques des unités de formation successives.

Il importe avant tout d’induire chez l’étudiant un comportement heuristique dynamique en relation avec la spécialité envisagée.

* + 1. **Liste des champs thématiques suggérés**
			- La vie en entreprise
			- Le monde du travail
			- Les pme
			- Le marché de l’emploi
			- Le marketing
			- La vente
			- L’import-export
			- Les moyens de télécommunication
			- Les moyens de paiement
			- La bourse
			- Les services postaux et courriers express
			- Le monde du transport
			- Le monde des assurances
			- Les voyages d’affaires
			- Les foires et les expositions
			- L’union européenne
			- Le monde de la presse
			- Divers

Cette liste ne décrit pas de manière explicite les objectifs didactiques. La succession des champs thématiques est arbitraire et ne reflète aucune hiérarchie ou classification significatives, par exemple pour la disposition séquentielle du matériel didactique.

* + 1. **Correspondance commerciale**

La succession des sujets de la correspondance commerciale présente une certaine logique. Il est recommandé que les éléments linguistiques et les notions lexicales s’y référant soient abordés en contexte et en situation et que leur fixation soit favorisée par une approche en spirale.

**1. Champs thématiques suggérés**

* + - * 1. La vie en entreprise
* Organisation et vie pratique (organigramme, structure, horaires, etc.).
* Départements (services, secteurs, etc.) :
* personnel (embauche, CV, entretien, formation, gestion des ressources humaines) ;
* finances et comptabilité (services financiers, livres comptables, bilans, statistiques, etc.) ;
* relations publiques (évènements, manifestations, portes ouvertes, contacts clients, etc.) ;
* publicité (campagne, image, etc.) ;
* vente ;
* achat ;
* recherche et développement ;
* etc.
* Administration
* Service après-vente
* Etc.

**2. Le marché de l’emploi**

* + - * Offre/demande d’emploi (annonces).
			* Candidature :
* Qualités du candidat (diplômes, langues, expériences, etc.) ;
* CV, lettres de candidature, entretien, etc.
	+ - * Compétences.
			* Titres.
			* Licenciement, perte d’emploi.
			* Crise.
			* Chômage et mesures de relance d’emploi.
			* Agences de recrutement.

**3. Le monde du travail**

* + - * Contrat de travail.
			* Conditions de travail.
			* Travailleurs et syndicats.
			* Conseils d’entreprise.
			* Patronat.
			* Comité de sécurité, d’hygiène et d’embellissement du lieu de travail.
			* Statut d’indépendant (avantages, désavantages, formalités administratives, capital de départ, etc.).
			* Jobs étudiants (conditions, avantages, désavantages, motivations, dangers, etc.).
			* Travail intérimaire (conditions, avantages, désavantages, motivations, dangers, etc.).

**4. Les PME**

* Rôle dans l’économie.
* Structures particulières.
* Entreprises familiales.

**5. Le marketing**

* Définition (naissance, objectifs, pyramide des besoins, etc.).
* Les « 4 P » - produit, place, prix, promotion.
* Le « Product Manager » et son produit.
* Etudes de marché, enquêtes, etc.
* Stratégie du marketing.
* Marketing des services, marketing social.

**6. La vente**

* Tâches et qualités du vendeur.
* Processus et techniques de vente.
* Télévente, vente par correspondance, etc.

**7. L’import-export**

* Techniques d’import-export .
* Commerce extérieur : aides et promotion à l’exportation, institutions régionales (missions, informations, manifestations, représentations commerciales, etc.).
* Le Ducroire et autres instituts d’aide à l’exportation.
* Produits à l’exportation (firmes, filiales, etc.).

**8. Les moyens de télécommunication**

* Téléphone et répondeur.
* Télégramme.
* Télex.
* Télécopieur (fax).
* Modem.
* Télématique.
* Télébanque.
* Dictaphone.
* Etc.

**9. Les moyens de paiement**

* En espèces.
* Virement.
* Versement.
* Chèque.
* Carte de crédit.
* Paiement électronique.
* Billetterie automatique.

**10. La bourse**

* Mécanismes boursiers.
* Bourses étrangères.

**11. Les services postaux et courriers express**

* Courrier, timbres, etc.
* Autres services postaux (Postpac, Taxipost, Postomat, etc.).
* Courriers express.

**12. Le monde du transport**

* Par air, terre, mer, rail, etc.
* Aéroports (services de fret), ports, Eurotunnel, TGV, etc.
* Transports en commun.
* Etc.

**13. Le monde des assurances**

* Types d’assurances : vie, incendie, accidents, risques divers, etc.
* Contrat d’assurance.
* Déclaration de sinistre.
* Assistance juridique.

**14. Les voyages d’affaires**

* Préparation (documentation, information, réservation, etc.).
* Déplacements (avion, train, voiture, etc.).
* Hébergement.
* Approche socioculturelle d’une négociation.

**15. Les foires et expositions**

* Choix et localisation du salon (local, régional, national, international, etc ;).
* Préparation.
* Choix du stand.
* Suivi des clients potentiels.

**16. L’Union européenne**

* Le « Pourquoi » de l’Europe
* Institutions européennes (Parlement européen, Commission, Conseil, Comité économique et social, etc.).
* Politiques communes (politique agricole commune, transports, audiovisuel, etc.).

**17. Le monde de la presse**

* TV (publique, privée, à péage, etc.).
* Radios (publiques, locales, etc.).
* Journaux, revues et magazines (contenu, tendances, rubriques, etc.).

 **18. Divers**

* Location de véhicules.
* Agence de voyages.
* Secteur HORECA.
* Administrations (communale, provinciale, régionale, etc.).
* Ambassades et consulats.
* Chambres de commerce.
* Cadeaux d’affaires.
* Défense des consommateurs.
* Location-vente (*leasing*).
* Affacturage (*factoring*).
* Audit.
* Réviseur d’entreprises.
* Formes d’entreprises (sprl, sc, sa, asbl, etc.).

**2. Correspondance commerciale**

* Demande (liste de prix, délai de livraison, conditions, etc.).
* Lettre accompagnant un prospectus, un fascicule, un catalogue.
* Lettre jointe à une offre.
* Offre :
* offre ferme, sans engagement ;
* information sur l’article ;
* mode de paiement ;
* garantie ;
* etc.
* Réponse à une offre.
* Demande de références.
* Réponse à une demande références.
* Excuses (retard de livraison, erreur de facture, etc.).
* Réponse à une réclamation.
* Rappels.
* Lettre envoyée à l’occasion d’une foire, d’une exposition, d’un salon, etc. :
* invitations ;
* produits et articles exposés ;
* emplacement du stand ;
* relance du client après la foire.
* Informations :
* offre spéciale (prix anniversaire, soldes, liquidation, etc.) ;
* baisse de prix (conditions d’achat avantageuse) ;
* augmentation de prix ;
* conditions de vente et de livraison.
* Formules employées couramment :
* Pièce jointe ;
* Appels téléphoniques ;
* Réponse ;
* Regrets ;
* Confirmation ;
* Remerciements ;
* Affaire réglée ;
* Dossier classé ;
* Salutations ;
* Réponse positive ;
* Prise de contact ;
* Réponse négative ;
* Rendez-vous ;
* Accord ;
* Demande d’autorisation ;
* Information ;
* Etc.

**5. CAPACITES TERMINALES**

A l’issue de l’UF, l’étudiant maîtrisera les compétences suivantes de l’**oral** et de l’**écrit** :

* la compréhension, la connaissance et l’utilisation active d’une langue de communication orale et écrite, dans le cadre de situations courantes de la vie socioprofessionnelle, économique et du monde des affaires, en relation avec les notions, les fonctions et les champs thématiques abordés ;
* une familiarisation avec a correspondance commerciale de base dans la langue cible.

**6. CHARGE DE COURS**

Un enseignant pour les langues traditionnelles.

Pour les langues les moins courantes (russe, chinois, japonais, arabe, etc.), un expert pouvant faire la preuve de compétences particulières dans la langue cible et dans le domaine concerné.

**7. RECOMMANDATIONS PARTICULIERES POUR LA CONSTITUTION DES GROUPES OU LE REGROUPEMENT**

Les groupes seront constitués en tenant compte de l’infrastructure, des finalités générales des cours de langue vivantes et des finalités particulières de l’unité de formation.