

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

# **OFFRE DE FORMATION MASTER**

## **PROFESSIONNALISANT**

<b>Etablissement</b>	<b>Faculté / Institut</b>	<b>Département</b>
<b>Université Oran 2 Mohamed Ben Ahmed</b>	<b>Faculté des Langues Etrangères</b>	<b>D'Allemand et de Russe</b>

**Domaine : Lettre et Langues Etrangères**

**Filière : Langue Allemande**

**Spécialité : Langues de Spécialité et Communication**

**Année universitaire : 2023/2024**

# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

## وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

### عرض تكوين ماستر

### مهني

المؤسسة	الكلية/المعهد	القسم
جامعة وهران 2 محمد بن أحمد	كلية اللغة العربية	قسم اللغة العربية و لروسيّة

الميدان: آداب ولغات أجنبية

الشعبة: اللغة الألمانية

التخصص: لغات التخصص والاتصال

السنة الجامعية: 2023/2024

# SOMMAIRE

<b>I - Fiche d'identité du Master</b>	_____
1 - Localisation de la formation	_____
2 - Partenaires de la formation	_____
3 - Contexte et objectifs de la formation	_____
A - Conditions d'accès	_____
B - Objectifs de la formation	_____
C - Profils et compétences visées	_____
D - Potentialités régionales et nationales d'employabilité	_____
E - Passerelles vers les autres spécialités	_____
F - Indicateurs de suivi de la formation	_____
G - Capacités d'encadrement	_____
4 - Moyens humains disponibles	_____
A - Enseignants intervenant dans la spécialité	_____
B - Encadrement Externe	_____
5 - Moyens matériels spécifiques disponibles	_____
A - Laboratoires Pédagogiques et Equipements	_____
B- Terrains de stage et formations en entreprise	_____
C - Laboratoires de recherche de soutien au master	_____
D - Projets de recherche de soutien au master	_____
E - Espaces de travaux personnels et TIC	_____
<b>II - Fiche d'organisation semestrielle des enseignement</b>	_____
1- Semestre 1	_____
2- Semestre 2	_____
3- Semestre 3	_____
4- Semestre 4	_____
5- Récapitulatif global de la formation	_____
<b>III - Programme détaillé par matière</b>	_____
<b>IV – Accords / conventions</b>	_____

**I – Fiche d'identité du Master**  
**(Tous les champs doivent être obligatoirement remplis)**

## **1 - Localisation de la formation :**

**Faculté (ou Institut) : Faculté des Langue Etrangères**

**Département : d'Allemand et de Russe**

## **2- Partenaires de la formation \*:**

- autres établissements universitaires :

- Université d'Adrar
- Université Bechar
- Université Bejaïa
- Université Constantine
- Université Oran 1
- Centre de recherche CRASC
- Centre de recherche CMA

### **Partenaires sociaux-économiques :**

- Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oranie
- La Confédération Algérienne du Patronat Citoyen

### **Partenaires internationaux :**

- Institut Goethe Alger
- Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD = Office Allemand des Echanges Académiques
- IIK Institut für Interkulturelle Kommunikation (Berlin)
- Université de Vienne (Autriche)
- Institut des Etudes Germaniques (Institut für Germanistik Deutsch als Fremd- und Zweitsprache) Vienne

\* = Présenter les conventions en annexe de la formation

### 3 – Contexte et objectifs de la formation

#### **A–Conditions d'accès** (*indiquer les spécialités de licence qui peuvent donner accès au Master*)

Une Licence en Langue Allemande, bonnes appréciations dans les matières des Unités Fondamentales (compétences linguistiques en allemand) plus une bonne moyenne en langue anglaise.

Les étudiants doivent également avoir des connaissances de base des technologies de l'information et de la communication (TIC) et être capables de les utiliser pour l'apprentissage des langues.

#### **B - Objectifs de la formation**(*compétences visées, connaissances pédagogiques acquises à l'issue de la formation- maximum 20 lignes*)

Ce programme interdisciplinaire offre une large gamme de compétences qui répondent aux besoins des professionnels de l'entreprise, du tourisme, du commerce international, ainsi que de la rédaction technique et de l'ingénierie éditoriale plurilingue. Les étudiants apprendront à travailler sur des projets de recherche et de développement de manière autonome et en équipe, et pourront trouver un emploi dans les métiers de l'entreprise, de l'ingénierie linguistique, de la terminologie d'entreprise, de la rédaction technique - dans les domaines de l'industrie, de l'Internet, du tourisme ou de la culture -, la conception de documentation, la traduction de logiciels, la documentation et la communication, les sciences et techniques du tourisme, les métiers de l'édition et de la traduction.

## **C – Profils et compétences métiers visés** *(en matière d'insertion professionnelle - maximum 20 lignes) :*

Les diplômés du Master Langues de Spécialité et Communication ont une grande variété de débouchés professionnels dans les secteurs de l'enseignement et de l'entreprise, du tourisme, du commerce international, de la communication, de la traduction, de la rédaction technique et de l'ingénierie éditoriale plurilingue. Ils peuvent assister des travaux de traductions et d'interprétariat, réviseurs, rédacteurs, post-éditeurs, chefs de projets d'adaptation, ou encore sous-titres. Les diplômés peuvent également poursuivre des études de doctorat en langues allemande ou dans des domaines connexes.

## **D- Potentialités régionales et nationales d'employabilité des diplômés**

En ce qui concerne les potentialités régionales et nationales d'employabilité des diplômés, il est important de noter que les compétences linguistiques et interculturelles sont très demandées sur le marché du travail actuel. Les diplômés du Master Langues de Spécialité et Communication peuvent trouver un emploi dans des entreprises internationales, des organisations non gouvernementales, des agences de traduction, des institutions européennes, ou encore dans des entreprises de tourisme et d'hôtellerie. En outre, de nombreuses entreprises cherchent des linguistes pour les aider à communiquer avec des partenaires étrangers ou pour traduire des documents professionnels.

Au niveau régional, les diplômés peuvent trouver des postes dans des entreprises locales qui ont des relations commerciales avec des partenaires étrangers, ou travailler dans des institutions publiques telles que les chambres de commerce ou les consulats. Enfin, les compétences acquises dans le cadre du Master Langues de Spécialité et Communication peuvent également être mises à profit dans des professions indépendantes telles que la traduction freelance ou la rédaction technique.

En somme, les potentialités régionales et nationales d'employabilité des diplômés du Master Langues de Spécialité et Communication sont très variées et dépendent en grande partie des aspirations personnelles de chaque diplômé. Les compétences interdisciplinaires offertes par cette formation permettent d'ouvrir un large éventail de possibilités professionnelles dans de nombreux secteurs d'activité.

## **E – Passerelles vers d'autres spécialités**

Le Master Langues de Spécialité et Communication offre une formation interdisciplinaire qui permet aux étudiants d'acquérir des compétences variées dans différents domaines. Les matières proposées dans ce programme peuvent également être adaptées pour répondre aux besoins et aux objectifs de chaque étudiant. Les compétences acquises dans ce master peuvent donc également être utilisées pour poursuivre des études dans d'autres domaines connexes.

Par exemple, les compétences en communication interculturelle, rédaction technique, gestion de projets et linguistique de corpus acquises dans ce master peuvent être utilisées dans des domaines tels que la communication, le marketing, la gestion de projets, la technologie de l'information et de la communication, la recherche et l'enseignement. Les diplômés peuvent donc envisager de poursuivre des études dans des domaines connexes qui s'intéressent à la communication interculturelle et à la rédaction technique.

Avec une formation en conception graphique plus approfondie, ce master peut également donner un profil professionnel pour des domaines tels que la publicité, l'infographie, la conception de sites web, la conception de produits numériques et la gestion de l'expérience utilisateur. Les étudiants peuvent également envisager de poursuivre des études dans des domaines connexes tels que le design graphique, la conception d'interface utilisateur et l'expérience utilisateur.

## **F – Indicateurs de suivi de la formation**

Les indicateurs de suivi de la formation du Master Langues de Spécialité et Communication peuvent inclure des mesures telles que le taux de réussite des étudiants, le taux d'abandon, le pourcentage d'étudiants qui trouvent un emploi dans leur domaine après l'obtention de leur diplôme. Ces indicateurs permettent d'évaluer l'efficacité de la formation et de fournir des informations précieuses pour l'amélioration continue du programme. Les étudiants peuvent également être invités à remplir des questionnaires d'évaluation pour fournir des commentaires sur leur expérience de formation et pour aider à identifier les domaines qui nécessitent une amélioration. Enfin, les enseignants peuvent également évaluer les progrès des étudiants au fil du temps en utilisant des évaluations régulières et des examens pour mesurer leur maîtrise des compétences clés enseignées dans le programme.

Dans le cadre du Master en Langues de Spécialité et Communication, un portfolio peut être utilisé pour regrouper des exemples de travaux réalisés par l'étudiant au cours de sa formation, tels que des traductions, des rédactions techniques, des projets de communication, etc. Les étudiants peuvent utiliser le portfolio pour montrer comment ils ont appliqué les compétences interdisciplinaires acquises dans le cadre du Master, telles

que la communication interculturelle, la gestion de projets, la conception graphique, etc. Le portfolio peut également être utilisé pour suivre la progression de l'étudiant tout au long de sa formation et pour identifier les domaines qui nécessitent une amélioration, ce qui lui permettra de mieux se préparer pour sa carrière professionnelle future.

**G – Capacité d'encadrement** (donner le nombre d'étudiants qu'il est possible de prendre en charge)

La capacité d'encadrement du Master Langues de Spécialité et Communication est de 25 étudiants. Cette taille de promotion permet une approche personnalisée et un suivi individualisé de chaque étudiant. Les enseignants sont disponibles pour répondre aux questions et guider les étudiants tout au long de leur formation. De plus, cette taille de promotion favorise la collaboration et les échanges entre les étudiants, ce qui est un atout pour la formation interdisciplinaire proposée par ce master.

## **4 – Moyens humains disponibles**

### **A : Enseignants de l'établissement intervenant dans la spécialité**













## 5 – Moyens matériels spécifiques disponibles

**A-Laboratoires Pédagogiques et Equipements :** Fiche des équipements pédagogiques existants pour les TP de la formation envisagée(1 fiche par laboratoire)

**Intitulé du laboratoire :**

- au niveau de la faculté des langues Etrangères
- au niveau de la Bibilothèque centrale de Oran 2
- Point de Dialogue Allemand 'Dialogpunkt Deutsch' au niveau de la ibliothèque de la facuté des langues étrangères (Bibliothèque + Plusieurs PC connectés)

N°	Intitulé de l'équipement	Nombre	observations

**B- Terrains de stage et formation en entreprise:**

Lieu du stage	Nombre d'étudiants	Durée du stage



**D- Projet(s) de recherche de soutien au master :**

<b>Intitulé du projet de recherche</b>	<b>Code du projet</b>	<b>Date du début du projet</b>	<b>Date de fin du projet</b>
		2019	2024

## **E- Espaces de travaux personnels et TIC :**

Pour faciliter leurs recherches et les sources de leurs projets, les étudiants ont accès à la fois à la bibliothèque de la faculté et à la bibliothèque centrale de l'université. De plus, la Faculté des langues étrangères offre un accès à DialogPunkt Deutsch, élargissant encore les ressources disponibles pour les étudiants. Les étudiants en Master Langues Spécialisées et Communication disposent d'espaces de travail dédiés pour mener à bien leurs projets de recherche et développement. La bibliothèque centrale de l'université et DialogPunkt Deutsch proposent des postes de travail PC à l'usage des étudiants. De plus, la faculté fournit une salle informatique pour répondre aux besoins informatiques et Internet réguliers des étudiants.

Intégrant des séquences pédagogiques en ligne qui donneront aux étudiants la liberté d'apprendre et de progresser à leur rythme, le programme du Master Langues Spécialisées et Communication fournira des ressources d'apprentissage supplémentaires, des exercices pratiques et des forums en ligne pour des discussions avec des professeurs et des pairs.

## **II – Fiche d'organisation semestrielle des enseignements** (Prière de présenter les fiches des 4 semestres)

## 1- Semestre 1 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15sem	C	TD	TP	Activités en ligne +Travail Personnel			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>									
<b>UEF1(O/P)</b>									
Communication professionnelle1	67h30	1h30	3h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	50%	50%
Langue et pratiques commerciales	67h30	1h30	3h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
<b>UEF2(O/P)</b>									
Stratégie de communication	45h	1h30	1h30		55h	<b>02</b>	<b>04</b>	50%	50%
Applicationdelangue1	22h30		1h30		27h30	<b>01</b>	<b>02</b>	50%	50%
<b>UE méthodologie</b>									
<b>UEM1 (O/P)</b>									
Méthodologie de la recherche	55h	1h00	03H00		60h	<b>03</b>	<b>05</b>	100%	
Traduction spécialisée et interprétariat	45h		03H00		55h	<b>02</b>	<b>04</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
<b>UE découverte</b>									
<b>UED1(O/P)</b>									
Intelligence artificielle et TIC	45h		3h00		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>100%</b>	
<b>UE transversales</b>									
<b>UET1(O/P)</b>									
Business English	22h30		01h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	100%	
Ethique-Lutte contre la corruption	22h30		01h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	100%	
<b>TotalSemestre1</b>	<b>375h00</b>	<b>05h30</b>	<b>21h00</b>		<b>375h00</b>	<b>17</b>	<b>30</b>		

## 2- Semestre 2 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15sem	C	TD	TP	Activités en ligne +Travail Personnel			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>									
<b>UEF1(O/P)</b>									
Communication Professionnelle2	67h30	1h30	3h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	50%	50%
Langue et pratiques commerciales	67h30	1h30	3h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
<b>UEF2(O/P)</b>									
Stratégie de communication	45h	1h30	1h30		55h	<b>02</b>	<b>04</b>	50%	50%
Application de langue 2	22h30		1h30		27h30	<b>01</b>	<b>02</b>	50%	50%
<b>UE méthodologie</b>									
<b>UEM1 (O/P)</b>									
Méthodologie de la recherche	55h	1h00	03H00		60h	<b>03</b>	<b>05</b>	100%	
Traduction spécialisée et interprétariat	45h		03H00		55h	<b>02</b>	<b>04</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
<b>UE découverte</b>									
<b>UED1(O/P)</b>									
Intelligence artificielle et TIC	45h		3h00		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>100%</b>	
<b>UE transversales</b>									
<b>UET1(O/P)</b>									
Business English	22h30		01h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	100%	
Ethique-Lutte contre la corruption	22h30		01h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	100%	
<b>TotalSemestre1</b>	<b>375h00</b>	<b>05h30</b>	<b>21h00</b>		<b>375h00</b>	<b>17</b>	<b>30</b>		

### 3- Semestre 3 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15sem	C	TD	TP	Activités en ligne +Travail Personnel			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>									
<b>UEF1(O/P)</b>									
Allemand Economique	67h30	01h30	03h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	50%	50%
Allemand du Tourisme	67h30	01h30	03h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	50%	50%
<b>UEF2(O/P)</b>									
Allemand Médical	67h30	01h30	03h00		82h30	<b>03</b>	<b>06</b>	50%	50%
<b>UE méthodologie</b>									
<b>UEM1(O/P)</b>									
Didactique des langues de spécialité	45h00		03H00		55h00	<b>02</b>	<b>04</b>	100%	
Gestion de projets et marketing	55h00	01h00	03h00		60h00	<b>03</b>	<b>05</b>	50%	50%
<b>UE découverte</b>									
<b>UED1 (O/P)</b>									
Langue juridique	22h30		1h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	50%	50%
Communication éditoriale	22h30		1h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	100%	
<b>UE transversales</b>									
<b>UET1(O/P)</b>									
Projet Audio-visuel	22h30		01h30		2h30	<b>01</b>	<b>01</b>	100%	
<b>TotalSemestre3</b>	<b>370h</b>	<b>05h30</b>	<b>19h30</b>		<b>370h</b>	<b>17</b>	<b>30</b>		

#### 4- Semestre 4 :

Domaine : Langues Etrangères

Filière : Allemand

Spécialité : Langue de Spécialité et communication

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	VHS	Coeff	Crédits
Stage ou projet de recherche	375h	7	10
Portfolio	375h	10	20
<b>Total Semestre 4</b>	<b>750h</b>	<b>17</b>	<b>30</b>

Un **portfolio** regroupe des exemples de travaux réalisés par l'étudiant au cours de sa formation, tels que des traductions, des rédactions techniques, des projets de communication, etc. Les étudiants peuvent utiliser le portfolio pour montrer comment ils ont appliqué les compétences interdisciplinaires acquises dans le cadre du Master, telles que la communication interculturelle, la gestion de projets, etc.

Ce cursus de Master Langues de Spécialité et Communication comprend **des phases en ligne** pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.

Un **stage professionnel** peut être effectué au semestre 4 dans un des domaines suivants: Traduction professionnelle ; Création de ressources linguistiques pour des projets en langues de spécialité ; Secteur du Tourisme (élaboration de guides pratiques, traduction de guides, de sites web dans le domaine du tourisme) ; stage pratique à l'étranger.

Ces stages sont à réaliser grâce à nos partenariats avec des entreprises locales (Traduction, Tourisme), partenaires étrangers, ou des contacts personnels des étudiants.

**5- Récapitulatif global de la formation** :(indiquer le VH global séparé en cours, TD, pour les 04 semestres d'enseignement, pour les différents types d'UE)

VH \ UE	UEF	UEM	UED	UET	Total
Cours	244h30	67h	22h30	/	334h00
TD	244h30	204h00	157h	112h30	718h00
TP	/	/	/	/	/
Stage / Projet de Recherche	375h	/	/	/	375h
Portfolio	375h	/	/	/	375h
<b>Total</b>	<b>1239h00</b>	<b>271h00</b>	<b>179h30</b>	<b>112h30</b>	
<b>Crédits</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>120</b>
<b>% en crédits pour chaque UE</b>	<b>60%</b>	<b>30%</b>	<b>6,66%</b>	<b>3,33%</b>	<b>100%</b>

### **III - Programme détaillé par matière** (1 fiche détaillée par matière)

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : S1/S2**

**Intitulé de l'UE : UEF 1**

**Intitulé de la matière : Communication professionnelle1/2**

**Crédits : 05/05**

**Coefficients : 03/03**

### **Objectifs de l'enseignement**

- Compétences spécialisées : Connaissances sur les caractéristiques et les particularités des langues de spécialité et de la communication spécialisée ; modèles méthodologiques pour la transmission de la langue de spécialité ainsi que pour la traduction et l'interprétation.
- Compétences méthodologiques : Planification et conception de l'enseignement spécialisé en allemand ; transmission de la langue de spécialité.
- Compétences sociales et personnelles : Traitement et sensibilité pour les langues de spécialité dans le cadre de la communication spécialisée interculturelle et inter- et transdisciplinaire.

\*Partie théorique : Connaitre les réflexions nécessaires liées à la langue de spécialité.

\*Partie Pratique : informer les étudiants sur certain type de travail, ses exigences, ses compétences et requises...

### **Connaissances préalables recommandées**

\*Avoir des connaissances sur les notions et les concepts fondamentaux de la langue de spécialité.

### **Contenu de la matière**

- Introduction à la linguistique de spécialité
- Analyse des besoins et des motivations en matière de communication spécialisée
- Modèles méthodologiques pour la transmission de la langue de spécialité
- Planification et conception de l'enseignement spécialisé en allemand
- Transmission de la langue de spécialité dans un contexte professionnel
- Pragmatique de la communication spécialisée
- Communication interculturelle et interdisciplinaire en allemand de spécialité
- Traduction et interprétation en allemand de spécialité
- Évaluation des compétences linguistiques et communicatives en allemand de spécialité
- cadre juridique
- Médiation des langues de spécialité et des langues professionnelles
- Aspects de la médiation des compétences linguistiques et professionnelles
- Qualification et orientation professionnelle
- Marché du travail et secteurs professionnels
- Réseaux internationaux

- Langues de spécialité spécifiques : mathématiques, sciences naturelles et ingénierie

### **Mode d'évaluation :**

Modalité d'évaluation : Contrôle continu + Examen

Pondération : 50 %- 50 %.

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

### **Références bibliographiques :**

-Baumann, Klaus-Dieter. „Formen fachlicher Kommunikationsbeziehungen“. Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Hrsg. Lothar Hoffmann, Hartwig Kalverkämper und Herbert Ernst Wiegand in Verbindung mit Christian Galinski und Werner Hüllen. 1. Halbband. Berlin, New York: De Gruyter, 1998

- Buhlmann, Rosemarie; Fearn, Anneliese (2000): Handbuch des Fachsprachenunterrichts. Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen. 6., überarb. und erw. Aufl. Tübingen: Narr (Narr-Studienbücher).

- Ernst, Peter (eingereicht): „Fachkommunikative Pragmatik“. Handbuch Deutsch als Fremdsprache. Hrsg. Michael Szurawitzki und Patrick Wolf-Farré. Berlin, Boston: Walter de Gruyter.

- Simmler, Franz. „Fachsprachliche Phänomene in den öffentlichen Texten von Politikern“. Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Hrsg. Lothar Hoffmann, Hartwig Kalverkämper und Herbert Ernst Wiegand in Verbindung mit Christian Galinski und Werner Hüllen. 1. Halbband. Berlin, New York. (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 14.1), 1998

-Christian, Efig : Berufssprache & Co.: Berufsrelevante Register in der Fremdsprache Ein varietätenlinguistischer Zugang zum berufsbezogenen DaF-Unterricht,InfoDaF, 2014

-Roche, Jörg (Hrsg.); Drumm, Sandra (Hrsg.) Kompendium DaF/DaZ : Berufs-, Fach- und Wissenschaftssprachen, Gunter Narr Verlag, 2018

- Roelcke, Thorsten: Fachsprachen. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2020.

-Joachim Schote, Gunther Weimann, Dieter Maenner: Erfolgreich in Alltag und Beruf B1, Neue Ausgabe Kurs und Übungsbuch Deutsch als Fremdsprache, Cornelsen Verlag, 2019, Berlin

-Joachim Schote, Gunther Weimann, Dieter Maenner: Erfolgreich in Alltag und Beruf B2, Neue Ausgabe Kurs und Übungsbuch Deutsch als Fremdsprache, Cornelsen Verlag, 2021, Berlin

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : S1/S2**

**Intitulé de l'UE : UE Fondamentales**

**Intitulé de la matière : Langue et pratiques commerciales**

**Crédits : 05**

**Coefficients : 03**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

L'objectif de cette matière consiste principalement à familiariser l'étudiant sensiblement avec l'allemand du monde de l'économie et ses terminologies et lui permettre de tenir le pas avec l'évolution de l'environnement socio-économique et le marché du travail. Ceci leur permet de communiquer dans le domaine économique et commercial sans difficulté.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

Connaissances générales au plan des principaux thèmes usuels relevant du domaine de l'économie. Bonne maîtrise de la terminologie économique et le marché du travail.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

La matière établit une passerelle entre les thèmes économiques et le cours d'allemand. Le contenu montre l'importance de la langue allemande sur le marché international du travail. À travers les principaux thèmes économiques les étudiants ont un aperçu concret sur l'économie allemande.

Ce module vise à former les étudiants à la communication commerciale dans un environnement international, en leur fournissant les compétences linguistiques et culturelles nécessaires pour travailler efficacement dans un contexte commercial multilingue.

Au programme :

- Les principes de base de la communication commerciale : la présentation de soi et de l'entreprise, l'expression de la satisfaction et de l'insatisfaction, les interactions avec les clients, les partenaires commerciaux et les collègues.
- Les compétences de négociation commerciale : l'analyse des besoins des clients, la présentation de l'offre de l'entreprise, la gestion des objections, la conclusion de la vente.
- Les aspects culturels de la communication commerciale : les différences culturelles dans les attitudes et les comportements liés aux affaires, les pratiques commerciales dans différents pays, la gestion des différences culturelles dans les négociations commerciales.

-La mondialisation, création d'entreprise, start-up, l'entreprise, différents départements d'entreprise les nouvelles formes de travail, Formation professionnelle; Globalisation, Economies durables; Economie mondiale et la globalisation; recyclage, import-export, conditions générale des affaires

La liste est ouverte et dépend de l'évolution du monde économique et les besoins des étudiants et du marché économique.

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Les étudiants seront évalués par des travaux écrits et oraux, y compris des présentations de projets et des simulations de négociation commerciale. Les critères d'évaluation incluent la qualité de la communication, la compréhension des aspects culturels et linguistiques de la communication commerciale et la capacité à travailler efficacement en équipe.

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**Références** *(Livres et photocopiés, sites internet, etc).*

- **Alltag, Beruf & Co.** Kursbuch und Arbeitsbuch, Norbert Becker, Jörg Braunert, Max Hueber Verlag (2011)
- **DaF im Unternehmen** Kurs- und Übungsbuch von Ilse Sander, Andreea Farmache, Regine Grosser u.a. Klett (2015)
- **Wirtschaftsdeutsch** (Uni? Sicher! Deutsch 4), Silke Jahr, Booksbaum (2019)
- **Unternehmen Deutsch** Lehrbuch, C. Conlin, Klett
- **Wirtschaftskommunikation Deutsch. Neu 2013**, Volker Eismann, Langenscheidt (2013)
- **Wirtschaftsdeutsch von A bis Z** Lehr- und Arbeitsbuch. Neubearbeitung, Eric Leimbacher, Rosemarie Buhlmann, Anneliese Fearn, Langenscheidt

## **Intitulé du Master : langues de spécialité et communication**

**Semestre : S1/S2**

**Intitulé de l'UE : UF2**

**Intitulé de la matière : Stratégie de communication**

**Crédits : 04/04**

**Coefficients : 02/02**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

*La matière de Stratégie de communication dans un cursus de master de langues de spécialité et communication a pour objectif principal de fournir aux étudiants une compréhension approfondie des concepts de communication ainsi que des compétences pratiques pour la planification, la mise en œuvre et l'évaluation de stratégies de communication efficaces.*

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

*Il est recommandé que les étudiants aient une connaissance de base des théories de la communication ainsi que des compétences en écriture et en présentation. Les étudiants doivent également être capables de travailler en équipe et de communiquer efficacement avec leurs pairs.*

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

Le programme de la matière se compose des sujets suivants :

- Les principales théories de la communication
- L'analyse des publics cibles et des objectifs de communication
- La planification de la communication et la gestion de projets
- La création de contenu pour différents canaux de communication (presse, web, réseaux sociaux, etc.)
- L'évaluation de l'efficacité de la communication
- Les techniques de persuasion et de négociation
- Les techniques de gestion de crise en communication
- Les enjeux éthiques de la communication dans un contexte professionnel
- La communication interculturelle et multilingue
- Les stratégies de communication pour des publics multilingues
- Les outils de communication pour la collaboration à distance

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Calicchio, Stefano: La communication professionnelle facile à apprendre : Le guide pratique de la communication professionnelle et des meilleures stratégies de communication d'entreprise. : Stefano Calicchio, Presse polytechniques et universitaires romandes :2020.
- Chase, Randal S. ;Shamo, Wayne: Elements of Effective Communication : 4th Edition. : Plain & Precious Publishing, 2012.
- Connors, Elizabeth C. ;Pietryka, Matthew T. ; Ryan, John Barry: Examining Motivations in Interpersonal Communication Experiments. Cambridge: Cambridge University Press, 2022.
- Dwyer, Judith: Communication for Business and the Professions: Strategies and Skills. Neografia, Slovakia: Pearson Higher Education AU, 2012.
- Freudenfeld, Regina/ Gross-Dinter, Ursula/ Schickhaus, Tobias (Hg.) (2016): Sprachwelten *über*-setzen. Beiträge zur Wirtschaftskommunikation, Kultur- und Sprachmittlung in DaF und DaZ. 42. Jahrestagung des Fachverbandes Deutsch als Fremd- und Zweitsprache in München 2015. Materialien Deutsch als Fremdsprache Band 95. Universitätsverlag Göttingen.
- House, Juliane (2010): Übersetzen und Sprachmitteln. In: Krumm et al. (Hg.): Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Ein internationales Handbuch. 1. Hb. Berlin/New York: de Gruyter. S.
- Hülsmann, Michael ;Pfeffermann, Nicole: Strategies and Communications for Innovations : An Integrative Management View for Companies and Networks. Berlin Heidelberg: Springer Science & Business Media, 2011.
- Sakanyi, Henri Mova: Communication sociale et politique : une perspective panoramique des savoirs. Frankfurt amMain:L'Harmattan, 2015.
- TeržanKopecky, Karmen (o.J.): Zur Fachsprache und Fachkommunikation – Die sprachlich-kulturelle Entität Fachtext.

## **Intitulé du Master : langues de spécialité et communication**

**Semestre : S1/S2**

**Intitulé de l'UE : UF2**

**Intitulé de la matière : Application de langue 1**

**Crédits : 04/04**

**Coefficients : 01/01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

*La matière "Application de la langue" est un cours proposé dans le cadre du cursus de Master en Langues de spécialité et communication. Cette matière est conçue pour aider les étudiants à développer leurs compétences en matière de communication dans une langue étrangère.*

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

*Il est recommandé que les étudiants aient déjà une connaissance de base de l'allemand. Les étudiants devraient avoir une compréhension de base de la grammaire, de la prononciation et du vocabulaire de la langue étrangère.*

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

*Le programme de cette matière est conçu pour aider les étudiants à acquérir des compétences en communication dans une langue étrangère. Les étudiants apprendront à comprendre et à produire des textes oraux et écrits, à interagir avec des locuteurs natifs et à résoudre des problèmes de communication.*

*Le cours de "Application de la langue" est divisé en trois parties principales : la compréhension et production écrite et orale, la prononciation et le vocabulaire.*

*Le programme comprendra des exercices portant sur :*

- Pratique de la prononciation correcte des mots et des phrases de la langue étrangère*
- Compréhension de textes oraux et écrits en langue étrangère*
- Analyse de différents types de textes en langue allemande, tels que des articles de presse, des documents professionnels et des textes littéraires*
- Pratique de la compréhension et production écrite et orale en utilisant différents types de texte*
- Exercices de production écrite et orale en langue étrangère*

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Funk, Hermann ; Kuhn, Christina ; Eggeling, Rita Maria von ; Nielsen, Laura: Das Leben - Deutsch als Fremdsprache - Allgemeine Ausgabe - B1: Gesamtband : Kurs- und Übungsbuch - Inkl. E-Book und PagePlayer-App. Berlin: Cornelsen Verlag, 2022. Funk, Hermann ; Kuhn, Christina ; Nielsen, Laura ; Eggeling, Rita von: Das Leben : Kurs- und Übungsbuch / Hermann Funk [und weitere]. A2. .... Berlin: Cornelsen, 2021.
- Moerke, Eva-Maria: Sachtexte : Differenzierte Materialien für den inklusiven Deutschunterricht (2. bis 4. Klasse). Buxtehude: Persen Verlag, 2014.
- Zimmer, Thorsten: Sachtexte lesen im Deutschunterricht : Methodenkompodium für den gymnasialen Deutschunterricht. München: GRIN Verlag, 2010.
- deutschdidaktik, ide - informationen zur: Sachtexte : Prozesse und Produkte. Innsbruck, Wien, Bozen: StudienVerlag, 2017.
- Kannwischer, Kirstin: Unterrichtsstunde: Sachtexte schreiben und überarbeiten. München: GRIN Verlag, 2008.
- Helbig, Gerhard ; Götze, Lutz ; Henrici, Gert ; Krumm, Hans-Jürgen: Deutsch als Fremdsprache. 2. Halbband. Berlin: Walter de Gruyter, 2008.
- Baurmann, Jürgen ; Kammler, Clemens ; Müller, Astrid: Handbuch Deutschunterricht : Theorie und Praxis des Lehrens und Lernens. Seelze: KlettKallmeyer, 2017.

## **Intitulé du Master : langues de spécialité et communication**

**Semestres : S1/S2**

**Intitulé de l'UE : UEM1**

**Intitulé de la matière : Méthodologie de la recherche**

**Crédits : 05/05**

**Coefficients : 03/03**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

*À la fin de ce cours, les étudiants seront capables de :*

- *Comprendre les différentes méthodes de recherche et les types de données qui peuvent être collectées*
- *Concevoir une étude de recherche en utilisant les méthodes appropriées*
- *Évaluer la qualité des données collectées*
- *Analyser les résultats de manière critique*
- *Présenter les résultats de manière claire et concise*
- *Acquérir de bonnes bases en matière de méthodologie, d'efficacité et de gestion du travail universitaire.*
- *Maîtriser les recherches bibliographiques et documentaires*
- *Concevoir des exposés oraux/écrits*
- *Appliquer les connaissances acquises dans des productions personnelles*

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

*Une connaissance préalable des méthodes de recherche est utile mais pas nécessaire.*

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

La méthodologie de la recherche est un cours qui se concentre sur les différentes méthodes de recherche disponibles pour collecter et analyser des données. Les étudiants apprendront à identifier les sources de données pertinentes, à concevoir des méthodes de collecte de données efficaces et à analyser les résultats de manière critique. Cette matière est essentielle pour toute personne travaillant dans le domaine de la recherche ou souhaitant entreprendre des projets de recherche.

Sujets abordés dans ce cours :

- Introduction à la recherche
- Types de recherche
- Sources de données
- Conception d'une étude de recherche
- Collecte de données
- Analyse de données

- Citation des source et Bibliographie
- Outils numérique pour le travail scientifique
- Interprétation et présentation des résultats

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

**L'évaluation sera répartie comme suit :**

- **100% pour le contrôle continu**

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Ballweg, Sandra: Portfolioarbeit im Fremdsprachenunterricht. Norderstedt: BoD – Books on Demand, 2015.
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications.
- Delius, Katharina ;Surkamp, Carola ; Wirag, Andreas: Handlungsorientierter Fremdsprachenunterricht empirisch. G: Göttingen UniversityPress, 2021.
- Doff, Sabine: Fremdsprachenunterricht empirisch erforschen : Grundlagen – Methoden – Anwendung. Tübingen:Narr, 2012.
- Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics. Sage publications.
- Silverman, D. (2016). Qualitative research. Sage publications.
- Die Methodologie der wissenschaftlichen Forschungsprogramme / Philosophische Schriften Band1/ Herausgegeben von John Worrall und Gregory Currie
- Deutsch als Fremdsprache weltweit: Datenerhebung 2010 (PDF-Datei; 163 kB)
- Barkowski, Hans (2010): Fachlexikon Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Tübingen; Basel: Francke.
- Lutz Götze, Gerhard Helbig, Gert Henrici, Hans-Jürgen Krumm: *Entwicklungslinien des Faches. Die Strukturdebatte als Teil der Fachgeschichte.* 2010,
- Manuel René Theisen :wissenschaftliches Arbeiten, 13. Auflage, München 2006
- [https://www.uni-trier.de/fileadmin/fb1/prof/PAD/SP2/Allgemein/Lang\\_Skript\\_komplett.pdf](https://www.uni-trier.de/fileadmin/fb1/prof/PAD/SP2/Allgemein/Lang_Skript_komplett.pdf)
- [www.iur.ruhr-uni-bochum.de/imperia/.../forschungsmethoden.pdf](http://www.iur.ruhr-uni-bochum.de/imperia/.../forschungsmethoden.pdf)

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : S1/S2**

**Intitulé de l'UE : UEM1**

**Intitulé de la matière : Traduction spécialisée et interprétariat**

**Crédits : 04/04**

**Coefficients : 02/02**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

- Former des étudiants germanistes à la traduction professionnelle spécialisée qui, à l'issue de cette formation, seront en mesure de s'intégrer dans le domaine de la traduction en général et de la traduction spécialisée en particulier.
- Capacité à analyser les spécificités des documents sources et à traduire des textes spécialisés dans plusieurs domaines, en tenant compte des exigences sémantiques, terminologiques et stylistiques de chacun.
- Acquérir des connaissances sur l'utilisation de l'informatique dans la traduction spécialisée.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

Les acquis assimilés lors de la formation de licence relatifs aux connaissances traductologiques de base comme aux connaissances spécialisées en S1 et S2.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

### **I) Théorie :**

1. Überblick über die Fachübersetzung
  - 1.1 Die Terminologie
2. Übersetzungsverfahren
3. Übersetzungsstrategien
4. Techniken des schriftlichen und mündlichen Ausdrucks
5. Sprachliche Übertragungen
  - 5.1 Angewandte Linguistik für die Übersetzung
6. Theorien und Praktiken der Übersetzung
  - 6.1 Die Maschinelle Übersetzung
  - 6.2 Das Post-Editing
7. Werkzeug für die Übersetzung
  - 7.1 Werkzeug für professionelle Übersetzungen
  - 7.2 Computergestützte Übersetzung
8. Die dokumentarische Recherche
  - 8.1 Die dokumentarische Recherche beim Fachübersetzen.
9. Das Dolmetschen

- 9.1 Das Simultandolmetschen
- 9.2 Das Konsekutivdolmetschen
- 9.3 Das visuelle Übersetzen

## II) Praxis :

- Übersetzung kurzer Texte aus dem Wirtschaftsbereich vom Deutschen ins Arabische/ vom Arabischen ins Deutsche.
- Übersetzung von Kurztexen aus dem politischen Bereich vom Deutschen ins Arabische/ vom Arabischen ins Deutsche.
- Übersetzung kurzer Texte aus dem rechtswissenschaftlichen Bereich vom Deutschen ins Arabische/ vom Arabischen ins Deutsche.
- Übersetzung von Verträgen aus dem Deutschen ins Arabische/ vom Arabischen ins Deutsche.
- Übersetzung von Werbetexten aus dem Deutschen ins Arabische/ vom Arabischen ins Deutsche.
- Übersetzung wissenschaftlicher Texte aus dem Deutschen ins Arabische/ vom Arabischen ins Deutsche.
- Dolmetschübungen [arabisch-deutsch/ deutsch-arabisch]

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération selon l'équipe de formation)

Contrôle Continu + Examen ou Contrôle Continu

Pondération: 50% - 50% ou 100%

## Références bibliographiques :

- Christiane Nord: Textanalyse und Übersetzen: Theoretische Grundlagen, Methode
- Doris Bachmann-Medick: Cultural Turns. Neuorientierungen in den
- Esther Kinsky: Fremdsprechen. Gedanken zum Übersetzen. Matthes & Seitz, Berlin
- Federico Italiano, Michael Rössner (Hrsg.): Translatio/n. Narration, Media and the
- Friedmar Apel, Annette Kopetzki: Literarische Übersetzung. J. B. Metzler, Stuttgart.
- Homi K. Bhabha: The Location of Culture. 2. Auflage, Routledge, London 2004.
- Jörn Albrecht: Linguistik und Übersetzung. Tübingen 1973. ISBN 3-484-50063-8.
- Judith Macheiner: Übersetzen. Ein Vademecum. ISBN 3-492-23846-7.
- Jürgen Stähle: Vom Übersetzen zum Simultandolmetschen. Handwerk und Kunst
- Larisa Cercel (Hrsg.): Übersetzung und Hermeneutik / Traduction et herméneutique
- Lawrence Venuti (Hrsg.): The Translation Studies Reader. 2. Auflage, Routledge,
- Mary Snell-Hornby (Hrsg.): Übersetzungswissenschaft – Eine Neuorientierung. Zur
- Mary Snell-Hornby et al.: Handbuch Translation. Stauffenburg, Tübingen 1999,
- Mary Snell-Hornby, Jürgen F. Schopp: Übersetzung. In: Europäische Geschichte
- translate/eipcp Borders (Hrsg.): Nations, Translations. Übersetzung in einer
- Umberto Eco: Quasi dasselbe mit anderen Worten: Über das Übersetzen, Hanser,
- Werner Koller: Einführung in die Übersetzungswissenschaft. Quelle und Meyer, (= Zeta Series in Translation Studies 1). Zeta Books, Bukarest 2009, ISBN 978-9731997-06-3.

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

*Contrôle continu 100%*

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** *(Livres et photocopiés, sites internet, etc).*

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 1/2**

**Intitulé de l'UE : UED1**

**Intitulé de la matière : Intelligence artificielle et TIC**

**Crédits : 01/01**

**Coefficients : 01/01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Ce cours vise à initier les étudiants aux concepts fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA) et aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Les objectifs spécifiques du cours sont les suivants :

- Comprendre les concepts de base de l'IA et des TIC
- Connaître les principales applications de l'IA dans divers domaines
- Comprendre les implications sociales, éthiques et culturelles de l'IA
- Acquérir des compétences pratiques dans l'utilisation des TIC pour la communication en langue étrangère.
- Savoir utiliser des outils de l'IA pour la résolution de problèmes.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

Les étudiants doivent avoir une connaissance de base des technologies de l'information et de la communication (TIC) et de l'informatique. Une connaissance de base de la programmation est un plus, mais n'est pas obligatoire.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

### **Introduction à l'IA et aux TIC**

- Définitions et concepts de base de l'IA et des TIC
- Histoire de l'IA et des TIC
- Applications de l'IA dans divers domaines
- Implications sociales, éthiques et culturelles de l'IA

### **Techniques d'IA**

- Apprentissage automatique (machine learning)
- Réseaux de neurones
- Traitement du langage naturel
- Vision par ordinateur
- Robotique et automatisation

### **Utilisation des TIC pour la communication en langue étrangère**

- Applications de TIC pour l'apprentissage des langues étrangères
- Outils de traduction automatique
- Outils de reconnaissance vocale

- Outils de synthèse vocale
- Réseaux sociaux pour la communication en langue étrangère

### Activités pratiques

- Projets de groupe sur l'utilisation de l'IA pour la résolution de problèmes
- Projets de groupe sur l'utilisation de TIC pour la communication en langue étrangère

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...* (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

L'évaluation du cours sera basée sur les éléments suivants :

- Participation en classe
- Projets de groupe

### 100% pour le contrôle continu

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Bruno Galmar, « Vers une formation à l'intelligence artificielle des enseignants universitaires de langues étrangères et de littérature à Taïwan ? », *Communication, technologies et développement* [Enligne], 12 | 2022, mis en ligne le 15 décembre 2022, consulté le 01 Mars 2023. URL : <http://journals.openedition.org/ctd/7915>.
- Essentials of Artificial Intelligence for Language Learning, URL: <https://intellias.com/how-ai-helps-crack-a-new-language/>, 21/08/2020.
- Marina Dodigovic, « Artificial Intelligence in Second Language Learning: Raising Error Awareness, 2005.
- Rahul R. Divekar, Jaimie Drozda, Samuel Chabot, Yalun Zhou, Hui Su, Yue Chen, Houming Zhu, James A. Hendler & Jonas Braasch (2022), Foreign language acquisition via artificial intelligence and extended reality: design and evaluation, *Computer Assisted Language Learning*, 35:9, 2332-2360.
- Sandrine Benard, « L'IA aux services des langues », URL : <https://cursus.edu/fr/10979/ia-au-service-des-langues>, publié le 21/11/2016
- Schmidt, Torben & Strasser, Thomas. (2022). Artificial Intelligence in Foreign Language Learning and Teaching: A CALL for Intelligent Practice. 33. 165-184.
- Torben Schmidt, Thomas Strasser, « Artificial Intelligence in Foreign Language Learning and Teaching », *International Journal of English Studies* 33.1 (Spring 2022): 165-184.
- Z. Yanhua, "The Application of Artificial Intelligence in Foreign Language Teaching," *2020 International Conference on Artificial Intelligence and Education (ICAIE)*, Tianjin, China, 2020, pp. 40-42

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 1/2**

**Intitulé de l'UE : UET1**

**Intitulé de la matière : Business English**

**Crédits : 01/01**

**Coefficients : 01/01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

*Acquisition d'un vocabulaire spécifique au monde des affaires : Les étudiants apprennent le vocabulaire technique utilisé dans le monde des affaires pour être en mesure de comprendre et de produire des textes professionnels tels que des rapports, des e-mails, des présentations, des discours, etc.*

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

*Niveau en Anglais A2, des connaissances générales de base sur le monde du travail*

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

- ESP Genesis
- ESP Features
- Highlighting the Difference between EGP and ESP
- ESP Evolution
- Types of ESP
- Objectives in Teaching ESP
- Needs Analysis
- ESP Course Design
- Approaches to ESP Course Design
- Materials' Selection , Development and Evaluation in ESP
- Business English An Overview
- Features of Business English
- Business English and Intercultural Communication
- Business Communication Skills
- Business Ethics

- Managment
- Recruitment

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

### 100% pour le contrôle continu

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Bhatia,V and Bremner,S (2012) *English for Business Communication*. City University of Hong Kong.
- Busturkman,H. (2006). *Ideas and Options in English for Specific Purposes*.London and New Jersey : ESL and Applied Linguistics Professional Series : Eli Hinkel, Edition.
- 
- Dudley-Evans, T., & St-John, M. (1998). *Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchinson, T., and Waters, A. (1980). *ESP at the Crossroads*. ESP Newsletter, special issue N 36, Drobnic, K. (ed.)
- Hutchinson, T., and Waters, A. (1983). *Creativity in ESP Materials*.Lancaster: Lancaster University Papers.
- Hutchinson, T., and Waters, A. (1993). *English for Specific Purposes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johns, A. (1991). *English for Specific Purposes: Its History and Contribution*.IN M. Ccele-Murcia (Ed.).
- Mackay, R. and Palmer, J.D. (eds.) (1981). *Languages for Specific Purposes: Program Design and Evaluation*. Rowley, MA: Newbury House.
- Nikolaenko,E.B.(2008). *Business English Textbook*. Tomsk PolytechnicUniversityPublishing House
- Robinson, P.C. (1980). *ESP (English for Specific Purposes): The Present Position*. Oxford: Pergamon Press.
- Paltridge, B. and Starfield, S. (eds.) (2014). *The Handbook of English for Specific Purposes*. UK: John Wiley and Sons Ltd.

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 1/2**

**Intitulé de l'UE : UET1**

**Intitulé de la matière : Éthique - lutte contre la corruption**

**Crédits : 01/01**

**Coefficients : 01/01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

*Promouvoir les objectifs de l'apprentissage et de la recherche scientifique tels que le renforcement des connaissances.*

*Soutenir les valeurs requises pour le travail collaboratif, comme le respect mutuel entre les étudiants.*

*Réguler le comportement des apprenants pendant le processus d'apprentissage et de la recherche.*

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

L'étudiant doit avoir des qualifications académiques.

L'étudiant doit avoir un niveau d'éthique générale élevé.

L'étudiant doit être capable d'apprendre le contenu de la matière et de l'aborder avec passion et amour.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Éthique et lutte contre la corruption** à l'université est un ensemble de règles écrites et non écrites qui régissent notre comportement et nos attentes quant au comportement des autres dans les salles de classe et les salles de l'université, ainsi que dans la conduite des examens, des recherches et des discussions avec les professeurs et les tuteurs en général. Elle ouvre plusieurs domaines d'étude et d'apprentissage pour les étudiants en toute fluidité, encourageant l'acquisition de connaissances et se manifeste dans la relation du chercheur avec son sujet de recherche. Plus l'étudiant est tenu par l'éthique et les règles de l'apprentissage à l'Université, plus les résultats sont fructueux et bénéfiques.

### **Résultats attendus de la matière :**

Exceller dans les études.

Acquérir une éthique professionnelle et scientifique.

Éviter toutes formes de tricherie.

Respecter la légitimité et les lois de l'université.

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

## 100% pour le contrôle continu

### Références (Livres et photocopiés, sites internet, etc).

- *"Corruption : Éthique et gouvernance" par Alain Juillet et Eric Delbecq (2016)*
- *"La lutte contre la corruption" par Transparency International (2017)*
- *"The Anatomy of Corruption in Kenya: A Historical Perspective"*
- *"Éthique des affaires et corruption" par Michel Dion (2016)*
- *"The Anticorruption Frontline: Stories from the Fight against Corruption" par Robert Palmer (2018)*
- *"La lutte contre la corruption : une responsabilité collective" par OCDE (2019)*
- *"Fighting Corruption Is Dangerous: The Story Behind the Headlines" par Ngozi Okonjo-Iweala (2018)*

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 3**

**Intitulé de l'UE : UEF1**

**Intitulé de la matière : Allemand économique**

**Crédits : 06**

**Coefficients : 03**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

*L'enseignement de la langue économique peut aider les étudiants à acquérir un vocabulaire spécialisé qui leur permettra de communiquer plus efficacement dans le domaine de l'économie, développer des compétences en lecture et en écriture.*

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

*Les étudiants doivent avoir une connaissance de base de la langue allemande et une compréhension de la terminologie économique.*

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

### **Vocabulaire économique de base :**

- Les termes et concepts clés en économie
- Les différents types de marché (par exemple, le marché libre, le marché réglementé)
- Les principaux indicateurs économiques (par exemple, le PIB, l'inflation, le taux de chômage)

### **La macroéconomie :**

- Les grandes tendances économiques mondiales et nationales
- Les politiques économiques gouvernementales (par exemple, la politique fiscale et la politique monétaire)
- La mondialisation et les échanges commerciaux internationaux

### **La microéconomie :**

- La théorie du consommateur et la théorie de la production
- Les différentes structures de marché (par exemple, la concurrence parfaite, l'oligopole)
- Les stratégies des entreprises et la prise de décision en matière d'investissement

### **La finance :**

- Les instruments financiers (par exemple, les actions, les obligations, les dérivés)  
L'analyse financière (par exemple, l'analyse de rentabilité, l'analyse du bilan)
- Les marchés financiers et les institutions financière

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Alltag, Beruf & Co. Kursbuch und Arbeitsbuch, Norbert Becker, Jörg Braunert, Max Hueber Verlag (2011)
- Bolten, Jürgen (2015): Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. 2. überarb. u. erw. Aufl. Stuttgart, Göttingen: UTB GmbH, Vandenhoeck& Ruprecht (utb-studi-e-book, 2922)
- Brünner, Gisela (2001): Gespräche in der Wirtschaft. In: Brinker, Klaus et al. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik - Linguistics of Text and Conversation. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 2. Halbband (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft). Berlin / New York: de Gruyter. S. 1526–1540.
- DaF im Unternehmen Kurs- und Übungsbuch von Ilse Sander, Andreea Farmache, Regine Grosser u.a. Klett (2015)
- Dialog Beruf, Norbert Becker, Jörg Braunert, Karl-Heinz Eisfeld, Max Hueber Verlag
- <https://www.wirtschaftundschule.de/unterrichtsmaterial/>
- Kraft, Andreas / Roelcke, Thorsten (2019): Beispiele und Anwendungen: Wirtschaft. In: DAAD (Hrsg.), Dhoch3-Studienmodule Deutsch als Fremdsprache. Online unter: moodle.daad.de, zuletzt abgerufen am 05.07.2019. DOI: 10.31816/Dhoch3.2019.510
- Steinmüller, Ulrich (1995): Die Fachsprache der Wirtschaft als Gegenstand im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. Vortrag anlässlich des DAAD-Lektorentreffens in Peking im März 1995.
- Unternehmen Deutsch Lehrbuch, C. Conlin, Klett
- Wirtschaftsdeutsch (Uni? Sicher! Deutsch 4), Silke Jahr, Booksbaum (2019)
- Wirtschaftsdeutsch von A bis Z Lehr- und Arbeitsbuch. Neubearbeitung, Eric Leimbacher, Rosemarie Buhlmann, Anneliese Fearn, Langenscheidt
- Wirtschaftskommunikation Deutsch. Neu 2013, Volker Eismann, Langenscheidt (2013)

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 3**

**Intitulé de l'UE : UEF1**

**Intitulé de la matière : Allemand du tourisme**

**Crédits : 06**

**Coefficients : 03**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Cette matière vise à initier les étudiants aux compétences nécessaires pour fournir des services d'interprétation dans le domaine du tourisme. Les étudiants apprendront également à comprendre la culture allemande et à guider les touristes tout en leur fournissant des informations pertinentes sur les lieux visités.

Les étudiants pourront participer à différentes activités dans le milieu du tourisme pour améliorer leur compréhension de la culture allemande et leur capacité à guider les touristes. Ces activités peuvent inclure :

- Préparation de Visites guidées de sites touristiques
- Pratique de l'interprétation simultanée lors de visites de musées et de monuments historiques
- Simulation de situations courantes dans le tourisme, telles que l'accueil des touristes dans un hôtel ou la résolution de problèmes liés aux vacances
- Participation à des événements culturels et à des festivals

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

Les étudiants doivent avoir une connaissance avancée de la grammaire allemande et une maîtrise de l'écrit et de l'oral. Une connaissance préalable du vocabulaire lié au tourisme est un plus.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

- Introduction au tourisme : Les différents types de tourisme, critères des destinations touristiques, les particularités culturelles et les traditions.
- Vocabulaire et expressions : Les mots et les expressions courantes utilisés dans le domaine du tourisme, les phrases clés pour interagir avec les touristes.
- La communication dans le tourisme : Comment communiquer avec les clients, comment répondre aux questions, comment résoudre les problèmes.
- Les différentes formes d'hébergement : Les hôtels, les auberges de jeunesse, les campings, les maisons de vacances.
- Les activités de loisirs : Les restaurants, les musées, les sites touristiques, les événements culturels.
- La planification de voyages : Comment planifier un voyage, comment acheter des billets, comment réserver un hébergement.
- Comparaison des besoins et des particularités culturelles dans les voyages

- La culture allemande : Les particularités culturelles en Allemagne, les traditions liées aux voyages et aux vacances.

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

vgl.: Christian Piller (2003): Touristische Leistungsträger. Linz: Institut für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, S.1ff

Heinz Hahn/Hans-Jürgen Kagelmann (1993): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie – Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München, S1

vgl.: Wikipedia (2006): Tourismus. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Tourismus> am 12.04.2006

vgl.: BMWA (2004): Bericht über die österreichische Tourismuswirtschaft im Jahr 2004.

URL: <http://www.bmwa.gv.at/NR/rdonlyres/B3C230E7-DDF6-4800-A38C-BA4D2669C5EE/20978/Tourismusbericht04dt.pdf> am 10.04.2006

Statistik Austria – Tourismus URL: [http://www.statistik.at/fachbereich\\_tourismus/txt.shtml](http://www.statistik.at/fachbereich_tourismus/txt.shtml) am 11.04.2006

<http://cms1.austria.info/splash.html?splashpage=1>

<http://www.tiscover.com/>

<http://www.world-tourism.org/>

<http://www.traveldir.org/>

<http://www.tourism-watch.de/>

<http://www.bmwa.gv.at/BMWA/Suche/suche.htm?QUERY=Tourismus>

[http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index_en.htm)

## **Intitulé du Master : Langue de spécialité et communication**

**Semestre : S3**

**Intitulé de l'UE : UEF 2**

**Intitulé de la matière : Allemand Médical**

**Crédits : 06**

**Coefficients : 03**

### **Objectifs de l'enseignement**

Les étudiants travailleront sur des cas pratiques en allemand médical pour pouvoir appliquer les compétences acquises. Ils seront en mesure de décrire des problèmes médicaux, en utilisant leur connaissance de la terminologie médicale allemande, la grammaire et la syntaxe, et les compétences en communication nécessaires pour travailler dans le domaine médical.

Les cas pratiques pourraient inclure la traduction de documents médicaux, la communication avec des patients allemands qui ont des besoins spéciaux, et la résolution de problèmes de communication dans des équipes de soins de santé multilingues.

L'allemand médical implique l'apprentissage d'un vocabulaire spécifique utilisé dans le domaine de santé, comprendre les documents médicaux.

### **Connaissances préalables recommandées**

\*Avoir des connaissances sur les notions et les concepts fondamentaux de la langue de spécialité.

\*Avoir une culture générale sur les thèmes médicale.

### **Contenu de la matière**

- Introduction à la terminologie médicale allemande
- Grammaire et syntaxe de l'allemand médical
- Traitement de textes médicaux de l'allemand au français et vice versa
- Communication en allemand médical (communication avec les patients, les collègues, les équipes de soins de santé)
- Étude de cas en allemand médical
- Pratiques professionnelles en allemand médical

Les étudiants travailleront sur des cas pratiques en allemand médical pour appliquer les compétences acquises dans les modules précédents. Ils travailleront en équipe pour résoudre des problèmes médicaux complexes, en utilisant leur connaissance de la terminologie médicale allemande, la grammaire et la syntaxe, et les compétences en communication nécessaires pour travailler dans le domaine médical.

Les cas pratiques pourraient inclure la traduction de documents médicaux, la communication avec des patients allemands qui ont des besoins spéciaux, et la résolution de problèmes de communication dans des équipes de soins de santé multilingues.

**Mode d'évaluation :**

Modalité d'évaluation : Contrôle continu + Examen

Pondération : 50 %- 50 %.

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références bibliographiques:**

- Schrimpf, U. : Deutsch für Pflegekräfte, Springer Verlag, Berlin, 2017
  - Hagner, V.: Menschen im Beruf Pflege B1, Hueber Verlag, München, 2022
  - Hagner, V.: Menschen im Beruf Pflege B2, Hueber Verlag, 2016
  - Christiane Bolte-Costabiei: Linie 1 /Deutsch für Pflegeberufe, Ernst Klett, München, 2020
  - Farhan, N., Wirsching, M.(Hrsg.): Kommunikation für ausländische Ärzte: Vorbereitung auf den Patienten-kommunikationstest in Deutschland,
  - [Ulrike Firnhaber-Sensen](#), [Margret Rodi](#) :Deutsch im Krankenhaus NeuBerufssprache für Ärzte und Pflegekräfte Lehr- und Arbeitsbuch, Klett, 2019
  - Karin, Ransberger, Birthe Scheffler, Anja Schumann: Ein Tag Deutsch – in der Pflege: Zusatzmaterialien für den Einsatz im Unterricht, IQ Fachstelle Berufsbezogenes Deutsch , 2018
  - Farhan, Nabeel; Wirsching, Michael (2015): Kommunikation für ausländische Ärzte. Vorbereitung auf den Patientenkommunikationstest. 1. Aufl. München: Elsevier, Urban & Fischer.
  - Schrimpf, Ulrike; Bahnemann, Markus (2010): Deutsch für Ärztinnen und Ärzte. Kommunikationstraining für Klinik und Praxis ; mit Audio-CD. Heidelberg: Springer Medizin.
  - Weinreich, Cornelia (2015): Fachinterne und fachexterne Textsorten in der Medizin. In: Albert Busch (Hrsg.): Handbuch Sprache in der Medizin. Berlin: de Gruyter (Handbücher Sprachwissen, 11). S. 389–404.
- Dhoch3: Thema 3 - Kapitel 3: Medizin und Pflegeberufe: <https://moodle.daad.de/>

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 3**

**Intitulé de l'UE : UEM1**

**Intitulé de la matière : Didactique des langues de spécialité**

**Crédits : 04**

**Coefficients : 02**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*)

Le cours de **Didactique des langues de spécialité** s'adresse aux étudiants en langues étrangères qui souhaitent se spécialiser dans l'apprentissage et l'enseignement professionnels des langues. Ce cours vise à fournir aux étudiants les compétences nécessaires pour enseigner efficacement les langues de spécialité, en tenant compte des spécificités de chaque domaine de spécialisation.

Les objectifs pédagogiques de ce cours sont :

- Comprendre les principes de base de l'enseignement professionnel des langues.
- Identifier les besoins spécifiques des apprenants en fonction de leur spécialisation.
- Concevoir des activités d'apprentissage pour répondre aux besoins de l'apprenant.
- Évaluer les compétences linguistiques et de communication d'un apprenant dans un environnement linguistique spécifique.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

Les étudiants doivent avoir une certaine compréhension des principes de base de l'enseignement des langues étrangères. Les étudiants doivent également avoir une connaissance de base des technologies de l'information et de la communication (TIC) et être capables de les utiliser pour l'apprentissage des langues.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

- Introduction à la didactique des langues de spécialité
  - o Principes de base de l'enseignement des langues
  - o Présentation des objectifs du cours
  - o Caractéristiques des apprenants de langues de spécialité
- Analyse des besoins des apprenants
  - o Analyse des besoins spécifiques des apprenants en fonction de leur domaine d'expertise
  - o Identification des objectifs d'apprentissage pour des séquences pédagogiques (Taxonomie)
  - o Conception d'activités d'apprentissage adaptées aux besoins des apprenants
- Techniques d'enseignement pour les langues de spécialité
  - o Utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) pour l'apprentissage des langues

- Techniques d'enseignement pour la compréhension orale et écrite dans le domaine spécifique de la langue
- Techniques d'enseignement pour la production orale et écrite dans le domaine spécifique de la langue
- Evaluation des compétences linguistiques et communicatives des apprenants
  - Evaluation formative et sommative pour les langues de spécialité
  - Evaluation de la compréhension orale et écrite dans le domaine spécifique de la langue
  - Evaluation de la production orale et écrite dans le domaine spécifique de la langue

Le cours de didactique des langues de spécialité inclut plusieurs activités pratiques destinées à aider les étudiants à développer les compétences nécessaires pour enseigner efficacement une langue de spécialité. Voici quelques exemples d'activités pratiques :

- Analyse de cas : Les étudiants seront amenés à analyser des situations d'enseignement-apprentissage de langues de spécialité et à proposer des solutions adaptées aux besoins des apprenants.
- Conception d'activités d'apprentissage : Les étudiants devront concevoir des activités d'apprentissage adaptées aux besoins des apprenants, en utilisant les technologies de l'information et de la communication (TIC) lorsque cela est pertinent.
- Présentations orales : Les étudiants devront présenter leurs activités d'apprentissage et discuter des choix pédagogiques qu'ils ont faits.
- Projets de groupe : Les étudiants devront travailler en groupe pour concevoir un projet d'enseignement-apprentissage de langues de spécialité, en utilisant des méthodes pédagogiques innovantes.

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

Les étudiants seront évalués tout au long du cours par le biais de travaux écrits, de présentations orales et de projets de groupe. Les présentations orales porteront sur les activités d'apprentissage conçues par les étudiants et sur les projets de groupe. Les projets de groupe seront évalués en fonction de leur pertinence pédagogique, de leur originalité et de leur faisabilité. L'examen écrit final portera sur l'ensemble du contenu du cours.

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Brinitzer, Michaela: DaFunterrichten : Basiswissen Didaktik Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Stuttgart: Klett, 2013. : Kompetenzorientierte Methoden für DaF und DaZ. Paderborn, München: UTB, 2018.
- Decke-Cornill, Helene ; Küster, Lutz: Fremdsprachendidaktik : Eine Einführung. Tübingen:NarrFranckeAttempoVerlag, 2015.
- Fluck, Hans-Rüdiger: Didaktik der Fachsprachen : Aufgaben und Arbeitsfelder, Konzepte und Perspektiven im Sprachbereich Deutsch. Tübingen:GunterNarrVerlag, 1992.

- Frings, Dr. Michael ; Klump, Prof. Dr. Andre: Zeitschrift für Romanische Sprachen und ihre Didaktik : Heft 10.1. Stuttgart: ibidem-Verlag / ibidem Press, 2017.
- Gehring, Wolfgang:Fremdsprache Deutsch unterrichten
- Hoffmann, Sabine Stork Antje: Lernerorientierte Fremdsprachenforschung und -didaktik. Norderstedt:BoD – Books on Demand, 2015.
- Maghețiu, Anca: Zur Didaktik der Fachsprachen : mit besonderer Berücksichtigung des Deutschen als Wirtschaftssprache. Hamburg:Verlag Dr. Kovač, 2015.
- Oomen-Welke, Ingelore ;Ahrenholz, Bernt: Deutsch als Fremdsprache. Bielefeld:wbv Media GmbH&Company KG, 2013.
- Surkamp, Carola: Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik : Ansätze – Methoden – Grundbegriffe. Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2013.
- Zhao, Jin: Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache : ein didaktisches Model, dargestellt am Beispiel der chinesischen Germanistik-Studiengänge. Tübingen:GunterNarrVerlag, 2002.

# **Intitulé du Master : Langues de spécialités et communication**

**Semestre : S3**

**Intitulé de l'UE : UEM 1**

**Intitulé de la matière : Gestion de projets et marketing**

**Crédits : 05**

**Coefficients : 03**

## **Objectifs de l'enseignement**

- L'étudiant approfondira durant ce semestre ses connaissances dans le domaine de la communication et le Marketing et apprendra comment planifier et gérer un projet Marketing réel et ou digital.

## **Connaissances préalables recommandées**

- Les connaissances acquises dans la matière:«Stratégie de communication » enseignée durant le S1 et S2 de ce Master en « Langues de spécialités et communication » (Allemand) d'Oran 2.
- Les connaissances acquises dans les matières:« Langues de spécialités 1 », « Pratiques de communication orale 1 » et «Entreprenariat 1» enseignées en S5 de licence d'Allemand langue étrangère d'Oran 2.
- Les connaissances acquises dans les matières:« Langues de spécialités 2 », « Pratiques de communication orale 2 » et «Entreprenariat 2» enseignées en S6 de licence d'Allemand langue étrangère d'Oran 2.

## **Contenu de la matière**

1. Marketing et communication
2. Qu'est-ce que la gestion de projets marketing ?
3. Avantages de la gestion de projets marketing
  - Supervision et organisation des projets
  - Communication d'équipe optimisée
  - Excellence opérationnelle
  - Utilisation optimale des ressources
  - Productivité accrue et délais plus courts
  - Méthodologie répétable
  - Retour sur investissement démontrable
  - Modèle de calcul du retour sur investissement marketing
4. La gestion de projets marketing résout les défis courants
  - Bien cadrer le projet marketing avec la fiche projet
  - Définir clairement qui est responsable de quoi avec la matrice de responsabilité
  - Planifier le projet pour respecter les jalons clés
  - Déléguer efficacement les tâches du projet
  - Enclencher la dynamique du projet avec la réunion de lancement
  - Animer les réunions d'avancement
  - Obtenir des décisions en comité de pilotage
  - Adopter le bon mode de management en fonction des situations
  - Maîtriser le budget et les risques du projet

- Clore le projet en montrant l'atteinte des objectifs
5. Gestion de projets de marketing numérique
  6. Qui utilise la gestion de projets marketing ?
  7. Compétences en gestion de projet marketing
  8. Plans de projets de marketing pour identifier des exigences et des objectifs précis
  9. Meilleures pratiques et astuces d'experts pour améliorer la gestion de projets de marketing
  10. Logiciel de gestion de projets marketing
  11. Améliorer la gestion de projets marketing grâce à Smartsheet pour le marketing

### Mode d'évaluation :

Contrôle Continu + Examen

Pondération: 50% - 50%

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

### Références

- Rieck, Louise Ina Hannah (2023) : Kommunikationsstrategien. In : [Das Potenzial von Marketing für eine ressourcenorientierte Transformation des Konsumsystems, Springer Fachmedien, Wiesbaden.](#)
- Scholz, Heike (2023): Kommunikationsstrategien für eine Modeausstellung: Fashion!? Was Mode zu Mode macht. In : [Neue Wege für die Kultur?](#), hrsg. v. Christina Vaih-Baur, [Springer Fachmedien, Wiesbaden](#)
- Leybold, Wolfgang (2021) :Kommunikationsstrategie. In: [Berufseinstieg Geographie](#), Springer Verlag, Berlin Heidelberg
- Fluck, Hans-R. (2010) : Amtsdeutsch a.D.? Stauffenburg
- Koch, Eckart (2017) : Globalisierung Wirtschaft und Politik, Springer Gabler
- Bubenhofer, Noah (2009) : Sprache und Wissen, De Gruyter Verlag,
- Cherubini, Sabrina (2018) : Deutsch Auf dem Amt, Langenscheidt,
- Roche, Jörg (2018) : Berufs-,Fach- und Wissenschaftssprachen, Narr Francke Attempto
- Dammers, Eva (2020) : Deutsch als Fremdsprache für Wirtschaftswissenschaftler, Waxmann
- Dagmar, Giersberg (2019) : Fachwortschatztrainer Erziehung, Hueber Verlag
- Margarete, Riegler-Poyet (2017) : Das Testbuch Wirtschaftsdeutsch, Ernst Klett
- Ott, Friederike (2017) : Übungsbuch /Deutsch für den Beruf, Langenscheidt
- Justus-Fleck, Margit (2018) : Sprechtraining /Deutsch für den Beruf, Langenscheidt
- Buhlmann, Rosemarie (2018) : Handbuch des fach-und berufsbezogenen Deutschunterrichts DaF, DaZ, CLIL, Frank & Timme Verlag,
- Brill, Lilli Marlen (2009) : Briefe, E-Mails & Co., Hueber Verlag
- <https://fr.smartsheet.com/content/marketing-project-management#modèle-de-calcul-du-retour-sur-investissement-marketing>

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 3**

**Intitulé de l'UE : UED1**

**Intitulé de la matière : Langue Juridique**

**Crédits : 01**

**Coefficients : 01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

- Améliorer la compréhension et la mémorisation des termes et énoncés juridiques.
- Savoir utiliser les particularités terminologiques, sémantiques, expressives et phraséologiques de la langue juridique.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

- ✓ Des connaissances acquises sur les caractéristiques générales et spécifiques des langues de spécialité.
- ✓ Avoir une culture générale sur la terminologie juridique.

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

Le programme de cette matière vise à initier les étudiants aux concepts fondamentaux de la langue juridique et à leur permettre de comprendre les textes juridiques en Allemand et en anglais. Ce cours est destiné aux étudiants en Master Langues et Communication qui n'ont pas fait forcément de droit, mais qui peuvent être impliqués dans des processus de traitement de dossier de migration ou de travail dans des secteurs liés à la législation.

1. Introduction à la langue juridique
  - Concepts et terminologie de base
  - Distinction entre droit public et droit privé
  - Sources du droit : constitution, lois, jurisprudence
2. Compréhension des textes juridiques
  - Analyse de la structure des textes juridiques
  - Vocabulaire juridique
  - Lecture et compréhension de textes juridiques
3. Techniques d'écriture en langue juridique
  - La rédaction de documents juridiques
  - Les normes de la langue juridique
  - La rédaction de contrats, de lettres et d'autres documents juridiques
4. Pratique de la langue juridique

- Analyse de cas pratiques
- Rédaction de documents juridiques

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

*Contrôle continu 50% + examen 50%*

**la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.**

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Daum, U. (2019). Gerichts- und Behördenterminologie. Eine gedrängte Darstellung des Gerichtswesens und des Verwaltungsverfahrens in der Bundesrepublik Deutschland. Auflage 2019. Berlin: BDÜ Weiterbildungs- und Fachverlagsgesellschaft mbH.
- Roelcke, Thorsten (2010): Fachsprachen. 3., neu bearb. Aufl. Berlin: Schmidt (Grundlagen der Germanistik, 37). S.13–28.
- Sander, G.G. (2004). Deutsche Rechtssprache. Ein Arbeitsbuch. Tübingen: A. Francke Verlag Tübingen und Basel.
- Sandrini, P. (1999) Translation zwischen Kultur und Kommunikation: Der Sonderfall Recht. In: Sandrini, P. (Hrsg.). Übersetzen von Rechtstexten. Fachkommunikation im Spannungsfeld zwischen Rechtsordnungen und Sprachen. Tübingen: Narr.
- Schlüter-Ellner, Corinna (2012): Juristendeutsch verständlich gemacht / Treffende Verben in der deutschen Rechtssprache. 2., erweiterte und überarbeitete Auflage. Berlin: BDÜ Fachverlag.
- Simon H., Funk-Baker G. (2013). Einführung in das deutsche Recht und die deutsche Rechtssprache. München: Beck.
- Simon, Heike/Funk-Baker, Gisela (2017): Deutsche Rechtssprache: Ein Studien- und Arbeitsbuch mit Einführung in das deutsche Recht. 6., neubearbeitete Auflage. München/Basel: C.H. Beck Verlag u.a.
- Stolze, R. (2014). Praxishandbuch Urkundenübersetzung. Fertigkeiten, Terminologie, Rechtssprache. Tübingen: Stauffenburg.
- Stolze, R. (2019). Die Translatorische Perspektive des Rechtsübersetzers – Verknüpfung von Inhalt und Form. In: Simonnæs I. und Kristiansen M. (eds.): Legal translation. Current Issues and Challenges in Research, Methods and Applications. Berlin: Frank & Timme. S. 373-389.
- Thormann I., Hausbrandt J. (2016). Rechtssprache: klar und verständlich für Dolmetscher, Übersetzer, Germanisten und andere Nichtjuristen. Berlin: BDÜ.
- Thormann, Isabelle/Hausbrandt, Jana (2016): Rechtssprache. Klar und verständlich für Dolmetscher, Übersetzer, Germanisten und andere Nichtjuristen. Berlin: BDÜ Fachverlag

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 3**

**Intitulé de l'UE : UED1**

**Intitulé de la matière : Communication éditoriale**

**Crédits : 01**

**Coefficients : 01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Ce programme est destiné aux étudiants en langues étrangères pour acquérir les compétences nécessaires pour travailler dans les métiers de la communication, du marketing et des médias.

- Comprendre les enjeux de la communication éditoriale
- Connaître les différentes techniques d'écriture pour le web
- Savoir rédiger des textes adaptés à différents supports de communication (sites web, réseaux sociaux, newsletters, etc.)
- Acquérir les compétences pour élaborer une stratégie éditoriale
- Apprendre à travailler en équipe et à collaborer avec des professionnels de la communication

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

*Bonne connaissance des outils informatiques de base (bureautique, internet)*

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

L'évaluation de ce cours sera basée sur les critères suivants :

- Qualité des travaux écrits réalisés en classe
- Participation active aux discussions et aux travaux de groupe
- Présentation d'un projet de communication éditoriale en groupe
- Évaluation de la progression des compétences tout au long de la formation

La communication éditoriale est une discipline qui consiste à concevoir, écrire et diffuser du contenu éditorial dans un but de communication professionnelle. Elle s'adresse à tous les professionnels de la communication, du marketing et des médias. Ce cours vise à vous donner les compétences nécessaires pour concevoir et produire du contenu éditorial de qualité pour différents supports de communication.

### **Programme**

Introduction à la communication éditoriale

- Présentation du cours et des objectifs pédagogiques
- Définition de la communication éditoriale et de ses enjeux
- Analyse de supports de communication éditoriale existants

Techniques d'écriture pour le web

- Les spécificités de l'écriture pour le web

- Les différentes techniques d'écriture pour le web (SEO, storytelling, etc.)
- Exercices pratiques de rédaction pour le web

Rédaction pour différents supports de communication

- Les spécificités de la rédaction pour les différents supports de communication (sites web, réseaux sociaux, newsletters, etc.)
- Exercices pratiques de rédaction pour différents supports de communication

Élaboration d'une stratégie éditoriale

- Les étapes de l'élaboration d'une stratégie éditoriale
- Exercice pratique d'élaboration d'une stratégie éditoriale pour un projet donné

Travailler en équipe pour la production de contenu éditorial

- Les bonnes pratiques pour travailler en équipe sur un projet éditorial
- Travaux en groupe pour la production de contenu éditorial

Évaluation et présentation des projets

- Présentation des projets de communication éditoriale réalisés en groupe
- Évaluation de la progression des compétences tout au long de la formation

la matière comprendra également des phases en ligne pour permettre aux étudiants de travailler à leur rythme et de renforcer leur apprentissage. Les phases en ligne incluront des ressources pédagogiques supplémentaires, des exercices pratiques et des discussions en ligne avec les enseignants et les autres étudiants.

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...*(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

L'évaluation de ce cours sera basée sur les critères suivants :

- Qualité des travaux écrits réalisés en classe
- Participation active aux discussions et aux travaux de groupe
- Présentation d'un projet de communication éditoriale en groupe
- Évaluation de la progression des compétences tout au long de la formation

*Controle continu: 100%*

## **Références (Livres et photocopiés, sites internet, etc).**

- Alvarado, Sergio J.: Understanding Editorial Text: A Computer Model of Argument Comprehension. Berlin Heidelberg: Springer Science & Business Media, 2012.
- André Schiffrin, L'édition sans éditeur, La fabrique Editions, 1999
- Dominique Cardon, La démocratie internet, promesses et limites, Seuil 2010
- Eric Vigne, Le livre et l'éditeur, Klincksieck, 2008
- Hubert Nyssen, La sagesse de l'édition, L'œil neuf éditions, 2004
- Muras, Manuel de polémique, Editions du Relief, 2014
- Pascal Genêt, « Énonciation éditoriale », dans Anthony Glinoyer et Denis Saint-Amand (dir.), Le lexique socius , URL : <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/190-enonciation-editoriale>, page consultée le 20 mars 2023.
- Philippe Schuwer, Traité pratique de l'édition, Editions du cercle de la librairie, 2002

- Selby, Andrew: Editorial Illustration : Context, Content and Creation. London: Bloomsbury Academic, 2022.
- Sélim Abou, L'identité culturelle suivi de Cultures et droits de l'homme, Perrin, 2003
- Umberto Eco, Richard Rotry, Jonathan Culler, Christine Brooke-Rose, Stefan Collini, Interprétation et surinterprétation, PUF, 2001
- Zappaterra, Yolanda: Editorial Design. London:StiebnerVerlagGmbH, 2008.

## **Intitulé du Master : Langues de spécialité et communication**

**Semestre : 3**

**Intitulé de l'UE : UET1**

**Intitulé de la matière : Projet Audio-visuel**

**Crédits : 01**

**Coefficients : 01**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

- Comprendre les concepts de base de la production audiovisuelle
- Acquérir des compétences pratiques en matière de tournage, de montage et de post-production
- Comprendre les différents types de contenus audiovisuels et leurs caractéristiques
- Apprendre à créer des projets audiovisuels de qualité professionnelle

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

- Avoir des connaissances de base en informatique
- Avoir un intérêt pour la production visuelle et audiovisuelle

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

1. Introduction à la production audiovisuelle
  - Introduction aux concepts de base de la production audiovisuelle
  - Types de contenus audiovisuels : documentaires, reportages, publicités et films
  - Présentation des différents équipements de production audiovisuelle
2. Techniques en Tournage
  - Préparation au tournage
  - Techniques de tournage
  - Exercices pratiques de tournage

3. Montage d'un projet audio-visuel

- Introduction aux concepts de montage
- Techniques de montage
- Exercices pratiques de montage

4. Post-production
  - Introduction aux concepts de post-production
  - Techniques de post-production
  - Exercices pratiques de post-production

5. Création de projets audiovisuels

- Élaboration d'un concept de projet audiovisuel
- Planification et storyboard
- Tournage et montage du projet audiovisuel

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...* (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)

- Participation en classe et aux exercices pratiques
- Projets audiovisuels

Les projets audiovisuels seront évalués en fonction de leur qualité et de leur conformité aux bonnes pratiques de production audiovisuelle. Les étudiants recevront des commentaires détaillés sur leur travail et auront l'occasion de présenter leurs projets devant la classe.

*Contrôle continu 100%*

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- Kopp, Guido: Audiovisuelle Fernkommunikation : Grundlage der Analyse und Anwendung von Videokonferenzen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004.
- Peter, STOCKINGER: Analyse des contenus audiovisuels : métalangage et modèles de description. : Lavoisier, 2012.
- Elza, Dunkels ; Gun-Marie, Franberg ; Camilla, Hallgren: Interactive Media Use and Youth: Learning, Knowledge Exchange and Behavior : Learning, Knowledge Exchange and Behavior. Hershey: Idea Group Inc (IGI), 2011.
- Hartmann, Maren ; Rössler, Patrick ; Höflich, Joachim: After the Mobile Phone? : Social Changes and the Development of Mobile Communication. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2008.
- Selby, Andrew: Editorial Illustration : Context, content and creation. New York: Bloomsbury Publishing, 2022.
- Arai, Kohei: Advances in Information and Communication : Proceedings of the 2022 Future of Information and Communication Conference (FICC), Volume 2. Singapore: Springer Nature, 2022.
- Monestiez, Julien: Le manuel de la production - Cinéma et audiovisuel. : Editions Ellipses, 2021.
- Monestiez, Julien: Le manuel de la réalisation - Cinéma et audiovisuel. : Editions Ellipses, 2022.

## **V- Accords ou conventions**

**Oui**

**NON**

(Si oui, transmettre les accords et/ou les conventions dans le dossier papier de la formation)