



ISSN 1951-6088

ISSN en ligne 2260-653X

Comment centrer sur l'apprenant un cours universitaire préparant au stage en entreprise ?

Zsuzsa Kis

Institut d'Administration des Entreprises de Lyon, France
zsuzsa.kis@univ-lyon3.fr

Reçu le 03-04-2018 / Évalué le 25-05-2018 / Accepté le 06-07-2018

Résumé

L'article traite de la préparation linguistique au stage en entreprise des étudiants allophones en sciences de gestion de l'Institut d'Administration des Entreprises de Lyon. Afin de pouvoir centrer le cours de Français sur Objectif Spécifique sur les besoins des apprenants, les dispositifs en amont, notamment la relation évidente entre le cours, le monde professionnel et l'institut sont nécessaires. Les étudiants en gestion suivent leur stage dans des domaines variés (management, ressources-humaines, marketing), il est donc également important de déterminer des compétences transversales communes à leurs missions.

Mots-clés : français sur objectif spécifique, stage en entreprise, coopération, compétences transversales

How to focus on the learner an academic class preparing for internship in business?

Abstract

The article deals with the linguistic preparation for the internship in a company of allophone students in management sciences. In order to focus the French course on Specific Purposes on the needs of learners, schemes, including clear relation between the class, the professional world and the institute, in our case the IAE-Lyon School of Management, are needed. Management students follow their internships in various fields, so it is also important to determinate transversal skills, which are common to all their missions.

Keywords: French for specific purposes, internship in a company, cooperation, transversal skills

L'article proposé présente l'expérience de la préparation au stage des étudiants internationaux à l'Institut d'Administration des Entreprises de Lyon (IAE-Lyon). L'IAE-Lyon accueille des étudiants en master de gestion suivant leur cursus en

anglais. Un stage en entreprise complète leur formation en master 2. Ils doivent acquérir dans le cours de « français des affaires » les connaissances et les savoir-faire nécessaires pour pouvoir postuler dans une entreprise en France en tant que stagiaires. Leur premier exercice est de trouver un stage et d'être opérationnels dans le cadre de leur travail. L'article focalise sur les liens indispensables entre le cours de français des affaires, l'IAE-Lyon et le monde professionnel.

La démarche FOS (Mangiante, Parpette, 2004) préconise l'analyse des besoins, le recueil des données sur le terrain, puis l'analyse de ces données pour l'élaboration d'un cours. Cependant, nous sommes confrontée à plusieurs difficultés pour mettre en place cette démarche. Tout d'abord, les étudiants projetant d'effectuer un stage constituent un public particulier, à mi-chemin entre la vie universitaire et la vie professionnelle, tandis que le public du FOS est en général un public homogène, constitué de professionnels, d'un corps de métier donné. Ces derniers connaissent déjà leur profession, mais ont besoin d'une formation linguistique, pour exercer leur métier en France ou dans un pays francophone, ou encore, communiquer dans un contexte français.

Nous rencontrons également un problème de chronologie : le cours a lieu au premier semestre et le stage s'effectue au second semestre. Les étudiants au moment de suivre le cours de français des affaires du premier semestre, ne connaissent pas encore le type de stage, le secteur d'activité et les missions qui leur seront confiées. Il ne nous est pas possible d'aller sur le terrain avant le cours pour recueillir des données afin de construire le cours.

D'ailleurs, aller sur quel terrain ? Car la démarche FOS suggère de construire un cours le plus proche des futures missions à accomplir et du futur métier à exercer. Mais dans notre cas, il y a une variable. En effet, bien que les étudiants suivent une formation commune en gestion, leurs stages et leurs missions diffèrent considérablement d'un stage à l'autre, d'un étudiant à l'autre. Comment centrer tout de même le cours sur les besoins des apprenants et les préparer au mieux au monde professionnel ? Nous pouvons avoir recours à la démarche du FOS, mais de manière décalée dans le temps, en l'adaptant à notre situation et notre stratégie reposera non pas sur la spécialisation, mais au contraire, sur les compétences transversales.

Le « centre de gravité de la démarche FOS » (Mangiante, Parpette, 2004 : 46) est la collecte des données, qui passe par la création de liens avec le terrain. En l'espèce, cette étape est facilitée, car notre premier contact est notre institution, et plus précisément le Service des stages du pôle Emploi-Carières-Alternance de l'IAE- Lyon. Il s'agit d'un pôle qui aide les étudiants dans leur recherche de stages et les suit. Il peut donc fournir des données précises concernant les stages déjà

effectués, que nous pouvons analyser, afin de connaître la situation des étudiants du passé pour faire des hypothèses pour le futur. Il s'agit en effet de données anciennes, le recueil n'est donc pas fait en amont, mais en aval ; ces données apportent tout de même des précisions sur les types d'entreprises, leurs secteurs d'activités et leurs localisations (ville et pays). Cela nous permet de constater, que bien qu'ils aient le choix, les étudiants internationaux de l'IAE-Lyon tâchent de trouver un stage en France. Ainsi, en 2016-2017, sur douze étudiants, huit ont effectué un stage en France. Si nous examinons les données plus anciennes, sur la période 2013-2016, sur les vingt et un étudiants, dix-huit ont effectué leur stage en France, et un autre l'a effectué dans une entreprise française (L'Oréal) à l'international, en utilisant le français comme langue de travail. La grande majorité des étudiants effectuent donc leur stage en France et non pas à l'international, ce qui a un impact considérable pour le cours.

Afin de connaître les types de stages, le tableau récapitulatif transmis par le Service des stages permet d'analyser les missions des étudiants des années antérieures, pour cibler les métiers types. Son étude révèle une grande variété dans les postes. Pour illustrer cette disparité, voici quelques-uns des postes occupés : assistant marketing de produit, analyste de média sociaux, manager junior, assistant des ventes, assistant commercial, assistant de la communication et du marketing, assistant des Ressources Humaines (RH). Ce large panel de métiers recouvre évidemment une grande variété de missions, allant de l'analyse de la gamme de produit, à la publicité, en passant par la relation avec la presse, l'organisation et la communication autour d'un salon, le benchmark, la communication sur les réseaux sociaux ou encore la gestion et la mise en place des formations pour le personnel. Il est donc délicat de respecter les recommandations de la démarche FOS pour collecter en amont des informations sur le futur stage et cibler quelques tâches d'une profession précise. Nous devons procéder à la préparation du cours en émettant des hypothèses grâce aux expériences passées des étudiants précédents. Nous devons réfléchir en termes de compétences à acquérir. Faute de pouvoir cibler les compétences spécialisées, notre stratégie est de nous concentrer sur des compétences transversales. Ces compétences doivent être à la fois linguistiques, professionnalisantes et interculturelles, ce qui permettra aux étudiants de trouver un stage et ensuite de travailler en français.

Nous avons la chance d'accueillir chaque année des recruteurs dans nos locaux lors des Salons « Stage, emploi, carrière ». Cette rencontre annuelle offre l'opportunité aux étudiants d'aller au contact des responsables des Ressources Humaines, ce qui constitue pour eux une première expérience : ils peuvent bénéficier de conseils et déposer leur CV, voire, obtenir un rendez-vous pour un entretien.

Pour nous, enseignants, cela permet de connaître les demandes et les attentes des entreprises. Des vidéos enregistrées de ces rencontres annuelles nous permettent d'étudier les attentes des entreprises et d'en créer un outil de travail.

Grâce au contact gardé avec nos anciens étudiants pendant et après leur stage, nous pouvons collecter des informations sur les situations de communication qu'ils ont rencontrées dans le cadre de leur travail. Un questionnaire complète le tableau récapitulatif transmis par le Service de stage. Les informations ainsi recueillies nous permettent de comprendre les types de compétences transversales, dont ils ont besoin.

Les anciens étudiants considèrent sans exception que le français constitue une plus-value réelle pour leur curriculum vitae. Voici quelques réponses données à la question de leur motivation à apprendre le français : « J'apprends le français pour avoir l'opportunité de travailler dans une entreprise multinationale ou directement en France » (étudiante italienne), « Le français est très important dans le commerce international et il est indispensable si je veux vivre et travailler en France ou encore travailler avec des clients français » (étudiante tchèque) ; « Connaître le français a changé ma vision du monde, qui, avant l'apprentissage du français avait été influencée par la culture asiatique et américaine. Je ne suis plus la même personne qu'avant. Je continue à apprendre le français pour pouvoir retourner vivre et travailler en France ou dans un pays francophone » (étudiante taïwanaise). Ces témoignages reflètent bien la motivation tout comme l'attachement des étudiants à la langue française.

Suite à cette même enquête, nous pouvons constater que bien que la majorité des étudiants soient retournés dans leur pays d'origine ou partis travailler dans un pays tiers, les étudiants veulent trouver un travail en rapport avec la France ou utiliser le français comme langue de travail. Si nous examinons les postes occupés à la suite du stage, nous pouvons remarquer que sur les dix-huit étudiants ayant effectué leur stage en France, six étudiants travaillent toujours en France et deux autres travaillent en français ou en rapport avec la France à l'international. Cela représente un tiers des étudiants, ce qui est d'autant plus remarquable que le français est leur deuxième, voire troisième langue après leur langue maternelle et l'anglais.

Afin de le centrer sur les besoins des apprenants, le cours est décliné sur trois niveaux et est à faible effectif (de douze à vingt étudiants maximum par groupe). Cela favorise évidemment une prise de parole fréquente grâce aux jeux de rôles inspirés de la vie professionnelle pour apprendre à réagir de façon appropriée à différentes situations de communication. Car, en effet, le français sera leur langue

de travail, ils communiqueront évidemment, grâce au français, mais ils agiront également par lui. Bien entendu, c'est l'approche actionnelle qui est privilégiée.

Les étudiants en question suivent tous leurs cursus en anglais, leur seul contact avec la langue française est le cours de français des affaires. Ce dernier est donc un cours clé pour leur recherche de stage en France.

Le contenu des niveaux intermédiaire et avancé est approximativement identique, ce sont surtout les approches, le rythme et l'approfondissement des sujets qui font la différence. Nous abordons dans les deux groupes les compétences nécessaires, mais tout à fait classiques et habituelles pour trouver un stage : la recherche, la lecture et la compréhension des offres de stage, tout comme la rédaction du CV et de la lettre de motivation. Nous insistons évidemment sur les questions interculturelles incontournables. Les CV et les lettres de motivation étudiés en cours sont ceux d'anciens étudiants de l'IAE Lyon et répondent à une offre de stage concrète. Ils ont été évidemment anonymisés. Ainsi, le profil, les expériences et les compétences sont très proches de ceux des étudiants du cours. Les étudiants peuvent ainsi non seulement comparer leur propre expérience avec celle des étudiants dont ils apprécient la candidature, mais ils peuvent également se mettre dans la peau d'un recruteur et choisir le CV et la lettre de motivation les plus adaptés pour un poste donné. Cela les met dans une position active. Nous réalisons des simulations d'entretien d'embauche, que nous enregistrons et analysons pour une meilleure prise de conscience.

Quelles sont les autres compétences communes, transversales, nécessaires pour effectuer un stage en France / en français ? Un étudiant voulant trouver un stage en France a besoin de compétences bien plus larges que celles délimitées par ses futures missions. Évidemment, parmi les compétences professionnelles classiques, nous retrouvons le fait de savoir passer un coup de téléphone et rédiger un e-mail et une lettre. Cependant, un étudiant international, s'il veut s'intégrer dans une entreprise en France, doit également posséder des compétences interculturelles, concernant la structure et l'organisation d'une entreprise, tout comme l'encadrement légal du stage, les modalités de travail pendant le stage et le statut du stagiaire au sein de l'entreprise. Les informations nécessaires relèvent à la fois de la connaissance du monde du travail en France, mais aussi du cas particulier du stage. Ce sont des informations indispensables, faisant partie des compétences interculturelles à acquérir. Afin de les faire découvrir, nous pouvons les relier aux compétences écrites et orales à développer, tout aussi nécessaires et transversales, comme le résumé d'un article à l'écrit ou à l'oral et de façon générale la synthèse qui combine le passage de l'écrit à l'oral et vice-versa, souvent indispensable dans le milieu professionnel ou encore l'analyse de graphiques.

La définition des compétences professionnelles semble complexe, car elle est le fruit de divers éléments. Ainsi, selon le MEDEF, il s'agit de la « combinaison de connaissances, savoir-faire, expérience et comportements ». Cette définition est proche de celle qu'en donne Le Boterf : « Être compétent, c'est mettre en œuvre une pratique professionnelle pertinente tout en mobilisant une combinatoire appropriée de ressources (savoirs, savoir-faire, comportements, modes de raisonnement...) ». (Le Boterf, 2008).

Des chercheurs en management ont déterminé dans le cadre des programmes de recherches de l'Union Européenne Erasmus + (elene4work.eu), les compétences nécessaires pour l'employabilité des étudiants futurs managers. Deborah Arnold et Gérard Casanova ont interrogé des étudiants et jeunes travailleurs d'une part et des enseignants et employeurs d'autre part, sur la signification des compétences transversales, les compétences transversales reconnues dans les pays partenaires et les compétences transversales vraiment importantes et nécessaires sur le marché du travail. Selon les réponses données, les chercheurs ont pu créer un référentiel des compétences transversales, où ils ont distingué les compétences sociales (inter-personnelles), les compétences personnelles (intra-personnelles) ; les compétences méthodologiques et les compétences numériques. Les compétences sociales (inter-personnelles) comprennent la communication, le travail en équipe, la gestion des conflits et la négociation.

Si nous examinons les compétences attendues du point de vue de l'enseignement dispensé, nous pouvons constater, que c'est essentiellement la communication qui prédomine, notamment « la capacité à transmettre des idées, de l'information et des opinions de manière claire et convaincante, à l'oral et à l'écrit, tout en écoutant et en étant réceptif aux propositions d'autrui » (elene4work.eu). Une autre compétence sociale qui mériterait d'être développée dans le cours est la négociation, c'est-à-dire, « la capacité à argumenter de manière claire et cohérente et à rapprocher des points de vue différents afin d'arriver à un accord qui satisfait chacune des parties, dans le but d'atteindre les objectifs en question ». C'est également le cas du travail en équipe. Pour développer cette dernière compétence, nous pouvons en effet privilégier le travail en petits groupes, qui facilite la transmission et l'échange effectifs d'information. La capacité de gestion de conflits, c'est-à-dire, « stimuler, réguler ou résoudre un conflit entre deux ou plusieurs parties » peut être également développé dans le cadre du cours grâce aux simulations. La compétence analytique, qui est « la capacité à tirer des conclusions et à développer des prévisions en obtenant des informations de différentes sources et en établissant des liens de cause à effet » (Modes Project, 2009-12) a toute sa place dans une formation et mérite d'être approfondie davantage. Parmi les compétences

numériques, nous devons focaliser notre enseignement sur deux d'entre elles : celle du traitement d'informations et de données, et la communication numérique. En effet, un futur jeune travailleur devra à la fois être capable de communiquer dans un français adéquat et poli et d'autre part gérer les informations numériques en français.

Le référentiel transversal, conçu par Mariela De Ferrari, est fondé sur des compétences communes à tous les métiers. Il se situe en dehors de la logique des métiers et des domaines, en considérant le travail de manière « synthétique », et toute situation de travail comme une situation de communication, qu'elle regroupe en « trois macro-actes de langage : « *dire de faire* », « *faire* », « *en rendre compte* ». (De Ferrari, 2011 : 76). Elle croise ces informations avec les types de destinataires : « internes » (collègues ou hiérarchie) et « externes » à l'entreprise (fournisseurs et clients). Selon elle, le croisement de ces éléments permet de saisir toute situation professionnelle. Elle étudie toutes les dimensions de la production de discours : la « dimension discursive et communicative », la « dimension cognitive », la « dimension critique et pragmatique » et la « dimension socio-affective ». Nous retiendrons pour notre analyse l'approche proposée, fondée sur les situations de communication, tout comme l'idée de réfléchir de manière transversale. Cependant, dans notre cas, le référentiel transversal général aurait un spectre trop large. Nous aurions besoin d'un référentiel transversal adapté, prenant en compte les futurs métiers exercés par nos étudiants pour déterminer leurs compétences transversales requises.

Nous avons vu que le contact avec l'institution et le monde professionnel constitue une étape incontournable : d'une part pour l'obtention des documents et des informations pour préparer les étudiants au plus proche des réalités ; mais également pour pouvoir être présents aux rendez-vous, comme les salons de carrières. Le contact avec les anciens étudiants reste tout aussi primordial. Un cours de FOS pour un stage en France est différent d'un stage dans un pays tiers. La démarche FOS constitue pour nous un fondement indispensable, mais il est nécessaire de l'élargir et réfléchir à une solution pour l'adapter aux réalités du terrain de nos étudiants, en privilégiant non pas de se spécialiser, mais au contraire d'adopter une stratégie centrée sur les compétences transversales.

Bibliographie

De Ferrari, M. 2006, « Formation linguistique et situation de travail pour la composante professionnelle intégrée ? ». *Apprendre le français dans un contexte professionnel*, DGLFLF, Rencontres 2-3 juin 2006, p. 14-17.

Frin, D., Mangiante, J-M. 2015, « De la collecte des données à l'élaboration didactique en FOS et en FLP : quels outils et méthodologies de traitement des données pour construire des supports de formation ? ». *Points communs*, n°2, p. 54-61.

Le Boterf, G. 2008. *Repenser la compétence, Pour dépasser les idées reçues : quinze propositions*. Paris : Editions d'Organisation.

Mangiante, J-M., Parpette, C. 2004. *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*. Paris : Hachette FLE.

Parpette, C., Carras, C., Abou Haidar, L.2015, « Méthodologie de collecte des données en Français sur Objectif Spécifique. *Points Communs, Recherche en didactique des langues sur objectif(s) spécifique(s)*, n° 2, CCIP.

Sitographie

elene4work.eu,

<https://drive.google.com/file/d/0ByZukJfrU4qGMGhpLVJYcTZ0cIE/view>
[Consulté le 10 décembre 2017].