



**THE BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC STUDIES
THE FACULTY OF INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS
2nd International Conference Series: Synergies in Communication
RETHINKING EDUCATION - RESHAPING THE WORLD.
LANGUAGES, BUSINESS AND COMMUNITIES
Bucharest, 28-29 November 2013**

ÉDUCATION POUR LES AFFAIRES

Prof. univ. dr. Ileana CONSTANTINESCU,
à l'Académie d'Études Économiques de Bucarest,
e-mail: marianacismaru@gmail.com
Asist. univ. Victoria ALDEA,
à l'Académie d'Études Économiques de Bucarest
e-mail: victoryv_m2004@yahoo.com

Résumé

Au cadre du séminaire de langues à l'Académie d'Études Économiques de Bucarest, le professeur doit former les étudiants pour connaître la terminologie des affaires et la problématique des affaires. Le but doit être de former les étudiants pour être capables à la fin de la première année d'études de présenter chacun un projet de création d'entreprise où le produit ou le service doit être quelque chose de nouveau. Le projet de création d'entreprise doit corrélérer les connaissances des étudiants dans les domaines du droit, de la mercatique, de la publicité, des finances, de la comptabilité avec celles dans une langue étrangère.

Donc, généralement, l'éducation pour les affaires doit être faite à partir de manuels qui contiennent aussi des études de cas, pour familiariser les étudiants avec la vie de diverses entreprises nationales ou internationales de prestige et il faut inviter, au moins une fois chaque semestre dans le séminaire de langues, un intervenant d'une grande entreprise pour présenter dans une langue étrangère des aspects concernant le passé et le présent de son entreprise et pour expliquer comment cette entreprise est devenue une entreprise de succès.

Nous pensons que le passage de la théorie à la pratique dans l'éducation pour les affaires est indispensable et il permettra à la Roumanie d'avoir beaucoup de jeunes entrepreneurs, de créateurs d'entreprises réelles ou virtuelles qui vont vendre des produits ou des services nouveaux grâce aussi à des sites en anglais et en français pour donner aux entreprises une visibilité internationale et la possibilité d'une distribution internationale, en respectant les principes de

l'éthique des affaires. Notre approche concerne les méthodes utilisées pour réaliser une éducation pour les affaires.

Mots-clé: terminologie des affaires, problématique des affaires, études de cas, projet de création d'entreprise, éthique des affaires.

Le rôle des universités dans le monde d'aujourd'hui est de former des diplômés capables à trouver vite un emploi où ils pourront être performants. Pour pouvoir réussir en ce sens le nombre des entreprises doit être suffisant pour offrir des chances d'intégration rapide dans le monde du travail et la formation des jeunes diplômés doit être, à notre avis, non seulement théorique, mais aussi très centrée sur la pratique. De plus, ces jeunes diplômés devraient connaître au moins deux langues étrangères pour pouvoir collaborer avec des partenaires d'affaires étrangers, car dans le monde de la mondialisation où beaucoup de pays se confrontent aussi avec une grande crise économique-financière les intérêts de chaque pays sont d'avoir beaucoup d'entreprises performantes et innovantes qui ne polluent pas l'environnement, de développer les exportations, d'avoir la possibilité de payer les dettes, d'avoir une inflation plus réduite et un nombre de chômeurs plus petit, des choses qui contribuent à l'amélioration du niveau de vie, à la fidélisation des citoyens de chaque pays par un niveau de vie décent. De plus, il ne faut pas oublier que l'intérêt de chaque pays est que l'investissement fait dans ses jeunes apporte un profit au pays respectif.

Voilà pourquoi nous avons choisi le thème de l'éducation pour les affaires, c'est-à-dire une éducation qui peut contribuer à la création à la fin de la première année d'études, à l'Académie d'Études Économiques, d'un projet de création d'entreprise qui peut être réalisé par chaque étudiant ou par une équipe de 3-4 étudiants à la fin du séminaire de langues étrangères, un projet basé sur les connaissances acquises par les étudiants à d'autres disciplines : économie, droit, mercatique, commerce, comptabilité, finances, informatique etc. Ce projet, s'il est bon, il pourra être transformé dans une entreprise réelle ou virtuelle de succès, une entreprise qui va tenir compte de l'éthique des affaires.

Étant donné que nous avons envisagé comme objectif final de la première année d'études d'une langue étrangère à l'Académie d'Études Économiques la réalisation d'un projet de création d'entreprise, nous avons pensé aussi à l'organisation des séminaires de langues de la façon suivante :

Pendant le premier semestre, l'étude des thèmes suivants :

- L'entreprise et les types d'entreprises en fonction de la taille, du statut juridique, du secteur d'activité, de l'image de marque et de leur culture interne, du lieu d'implantation, du type de capital.

- La constitution du dossier de candidature.

- La mercatique et quelques types rapides de mercatique : la mercatique électronique, la mercatique téléphonique.

- La publicité, son rôle et quelques types de publicité : la publicité de lancement, la publicité collective, la publicité de rendement.

- Les impôts.

- La Bourse.

Pendant le deuxième semestre de la première année d'études, les thèmes suivants :

- La communication écrite externe dans le domaine commercial (la demande d'offres, l'offre, la commande, le contrat, la réclamation).

- La communication orale dans le domaine commercial : au téléphone, les négociations.

- Les transports.

- La communication écrite interne au cadre de l'entreprise : le procès-verbal, la note de service, le compte-rendu, le journal d'entreprise.

Pour pouvoir passer en revue tous ces thèmes qui sont utiles à tous les étudiants en première année d'études à l'Académie d'Études Économiques pour pouvoir créer à la fin de l'année un projet de création d'entreprise, nous allons enseigner la terminologie par thèmes, en mettant un accent particulier sur les équivalents français pour les nouveaux termes anglo-saxons et leurs définitions minimales, sur une grammaire implicite, passive (de reconnaissance), sur des exercices d'écoute pour mieux fixer certains termes des affaires et pour que les étudiants connaissent la présentation de quelques entreprises de succès, des exercices suivis par des questions écrites et des réponses orales des étudiants, sur des modèles de lettres commerciales et des exercices de repérage pour compléter des lettres commerciales, des simulations de conversations téléphoniques, des exercices qui ont comme but la création d'un slogan publicitaire pour un nouveau produit ou service, des simulations de négociations, entre des partenaires de pays différents, basées sur des études de cas, qui seront toujours précédées par la présentation des caractéristiques du type de négociateur respectif faite par le professeur de langues. De plus, pour réussir dans les négociations, il faut attirer l'attention des étudiants sur le langage non verbal : le regard, la mimique gestuelle, l'attitude du corps, la mimique faciale, la façon de se vêtir etc., étant donné le fait que le langage non-verbal est décodé par les négociateurs et il peut contribuer aussi au succès ou à l'échec d'une négociation à côté du langage verbal.

D'ailleurs, selon notre opinion, le meilleur type de travail en classe pour les étudiants est celui en équipe. C'est comme ça qu'ils vont s'organiser mieux pour le projet de création d'entreprise.

Avant de passer à la réalisation de ce projet, nous pensons que c'est très important d'inviter un intervenant d'une entreprise de succès pour présenter dans une langue étrangère l'entreprise où il travaille, les produits ou les services vendus par cette entreprise, son chiffre d'affaires, les marchés où l'entreprise vend et la concurrence sur ces marchés. Ce sera une occasion d'insister sur l'éthique des affaires, la concurrence loyale, la lutte contre les paradis fiscaux qui sont assez nombreux, la lutte contre l'économie souterraine.

Voilà donc les prémisses pour que les étudiants puissent créer à la fin de la première année d'études un projet de création d'entreprise dans une langue étrangère à l'Académie d'Études Économiques de Bucarest. Le projet devra contenir le nom de l'entreprise, le statut juridique, le capital social, l'activité, le siège social, le nombre de salariés, le produit ou le service créé, destiné à la vente, les types de mercatique utilisés pour découvrir la concurrence sur le marché national, le créneau où l'on peut vendre, le prix, le nombre de produits/services qui peut être vendu. On peut faire une estimation des ventes à la fin de la première année d'activité de l'entreprise et du profit brut et du profit net de l'entreprise. On peut estimer les possibilités de développement de l'entreprise pendant la deuxième année d'existence, si les produits ou les services se vendent toujours sur le marché local ou sur celui national ou si on se propose de pénétrer d'autres marchés en faisant de la mercatique.

Ce projet de création d'entreprise réelle ou virtuelle va contenir aussi la présentation sur support papier d'un petit site ou sur un support électronique pour donner une visibilité plus grande à l'entreprise et assurer une distribution des produits/services plus rapide et plus grande.

Voilà donc une éducation possible pour les affaires dans une classe de langues, dans le cadre d'un institut économique supérieur, où l'on met l'accent sur la communication orale et écrite, la compréhension orale et écrite en tenant compte des besoins des étudiants et en leur offrant la possibilité à la fin de la première année d'études de s'associer et de créer une entreprise viable après avoir présenté en classe des projets de création d'entreprise.

Nous avons pensé à ce thème parce que au commencement du mois d'août 2013, 5740 jeunes ont été enregistrés comme chômeurs dans la base de données de l'Agence Nationale de l'Emploi (Agenția Națională pentru ocuparea forței de muncă), du total de plus de 52.000 diplômés qui sont enregistrés comme chômeurs en Roumanie, selon le journal Libertatea du 15 août 2013.

De plus, le taux du chômage a été en juin 2013 de 7,6% en Roumanie, selon les informations transmises par l'Institut National de Statistique. On estime que le nombre de chômeurs est en Roumanie de 736.000 personnes, surtout des hommes et des personnes qui ont plus de 25 ans.

Dans ces conditions la création de nouvelles entreprises est une chose primordiale en Roumanie, des entreprises où pourront travailler aussi les chômeurs actuels et les étudiants, en formation, ces derniers étant capables de mettre en pratique les nouvelles connaissances théoriques apprises à la faculté et les connaissances dans le domaine du langage des affaires français, anglais etc. pour contribuer à la création d'entreprises innovantes et dynamiques centrées sur la création de produits/services en tenant compte des besoins actuels des consommateurs potentiels, des produits/services de qualité, à des prix équitables.

Bibliographie

[1] BALMET, S.E., LEGGE, M. H. de, 1992, Pratiques du français scientifique, Hachette/AUPELF, Vanves.

[2] BERTOCCHINI, P., COSTANZO, E., 2008, Manuel de formation pratique, CLE international.

[3] CARRAS, C., TOLAS, J., KOHLER, P., SZILAGYI, E., 2007, Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue, CLE international, Paris.

[4] CONSTANTINESCU, I., 2005, Le français des affaires I^{ère} partie, Editura Milena Press, București.

[5] DIEU, É., DRÉANO, L., ROBINOT, M., SALLÈS, H., TABET, P., Maîtriser la communication professionnelle en français & en langue étrangère, Les Éditions Bertrand – Lacoste, Paris, 1997.

[6] TAGLIANTE, C., 2005, CLE international, Paris.

[7] BULLETIN ȘTIINȚIFIC no 8/2011, Editura ASE, București.

[8] ZIARUL LIBERTATEA du 15 août 2013, page 6, Bucarest.

[9] ZIARUL CLICK du 1^{er} août 2013, page 5, Bucarest.