Allemand de spécialité

Niveau d'étude
BAC +4

Composante
UFR Langues et Communication

Volume horaire
32h

En bref

- **Langue(s) d'enseignement:** Allemand
- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Forme d'enseignement :** Travaux dirigés
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	32h

Contrôle des connaissances

Contrôle Continu Intégral

Syllabus

Syllabi de chaque enseignement

Modul 1: Einführung in die Unternehmenskommunikation (15h)

Public#: M1 + M2 LEACA

Enseignant#: Florian Koch | florian.koch@u-bourgogne.fr

Micro-compétences visées#:

1.1. Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise

1.2. Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

1.4. Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d'une marque, d'une entreprise, d'une institution

1.5. Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

Descriptif#: Ce cours propose un approfondissement de la communication professionnelle en langue allemande. Outre des explications théoriques introductives sur la communication dans le quotidien de l'entreprise, des exemples innovants et pratiques sont explorés dans le secteur alimentaire en lien avec le tourisme, le sport, l'art etc.

Bibliographie#:

- #Rommerskirchen Jan et Roslon Michael (2020) *Einführung in die moderne Unternehmenskommunikation: Grundlagen, Theorien und Praxis*, Wiesbaden, Springer Gabler, 272 p.
- #Zerfaß Ansgar et Piwinger Manfred Éds. (2014) *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie, Management, Wertschöpfung*, Wiesbaden, Springer Gabler, 1347 p.

Modalités d'évaluation#: Modalités d'examen#: L'évaluation se fait en contrôle continu (CC) : deux contrôles continus, sous la forme de travaux écrits en groupe (exercices de rédaction professionnelle) et d'un travail de groupe (environ 4 étudiants) à présenter et à défendre à la fin du cours

Module 2#: Praktische Übungen (5h)

Public#:M1 + M2 LEACA

Enseignant#:[Lecteur]

Micro-compétences visées#:

1.1. Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l'entreprise

1.2. Présenter le résultat d'une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

Descriptif#: Dans ce cours, des exercices pratiques sont réalisés après une sélection préalable, comme la lettre de motivation, l'entretien d'embauche (par téléphone).

Modalités d'évaluation#:L'évaluation porte sur au moins deux travaux pratiques (écrits et / ou oraux), par exemple la lettre de motivation et / ou l'entretien d'embauche).

Modul 3: Lebensmittelindustrie und -märkte im deutschen Sprachraum (12h)

Public#:M1 LEACA

Micro-compétences visées :

1.1. Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l’entreprise

1.2. Présenter le résultat d’une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

1.3. Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles

1.5. Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

3.1: Sektorenüberblick (6h)

Enseignant#: Florian Koch | florian.koch@u-bourgogne.fr

Descriptif#: Ce cours présente en introduction les relations entre le secteur agroalimentaire, la culture, l'art et le sport. En outre, des facteurs socio-économiques pertinents seront mis en évidence à l'aide d'exemples authentiques.

Modalités d’évaluation#: L’évaluation se fait en contrôle continu (CC) sous forme de deux travaux écrits (un QACQs et une rédaction professionnelle).

Bibliographie#:

- #Boutaud Jean-Jacques, Becu# Anda, Marinescu Angelica (2016) Food and culture. Cultural patterns and practices related to food in everyday life. Introduction. *International Review of Social Research*, 6 (1), pp. 1–3.
- #Parry Keith D., Hall Timothy, Baxter Alastair (2017) Who ate all the pies? The importance of food in the Australian sporting experience. *Sport in Society*, 20 (2), pp. 202–218.

3.2: Sektorendiskurse (6h)

Enseignant#: Laurent Gautier | Laurent.Gautier@u-bourgogne.fr

Descriptif#: Dieser Teil des Kurses stellt ein praktisch umsetzbares Modell zur Analyse der Haupttypen von Diskursen in der Lebensmittelindustrie vor, das an ausgewählten Beispielen aus dem deutschen Sprachraum illustriert wird. Hauptziel ist es, auf der einen Seite die linguistisch-diskursiven Hauptmerkmale jedes Teildiskurses zu charakterisieren, um den Umgang mit entsprechenden Texten zu erleichtern, und auf der anderen Seite ihre Relevanz für die unterschiedlichen Phasen der Produktion, Vermarktung und Bewerbung von Lebensmittelprodukten zu zeigen.

Bibliographie#:

JANICH, Nina (20136). *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr.

Modalités d’évaluation#: Evaluiert wird eine schriftliche Fallstudie zu einem der vier vorgestellten Diskurstypen: Problemstellung, Zusammenstellung eines Untersuchungskorpus, sprachlich-diskursive Analyse

Compétences visées

Macro-compétence#:

BC1 – Communiquer à très haut niveau dans deux langues étrangères pour répondre aux impératifs internationaux des marchés de l’agroalimentaire et de la gastronomie

Micro-compétences#:

1.1. Rédiger des documents destinés à la communication interne et externe de l’entreprise

1.2. Présenter le résultat d’une réflexion à ses collaborateurs ou à des prestataires

1.3. Argumenter et négocier à des fins commerciales et communicationnelles

1.4. Analyser les enjeux communicationnels et commerciaux d’une marque, d'une entreprise, d'une institution

1.5. Développer une expertise sectorielle approfondie des aires géographiques et linguistiques étudiées.

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			1		

Infos pratiques

Campus

› Campus de Dijon