

**Service Universitaire de Français langue étrangère
de l'Université d'Aix-Marseille**

Aix en Provence, FRANCE

1^{er} semestre 2014/2015

"OBJECTIF B1"

Cours proposés : 20 heures par semaine, soit 260 heures pour le semestre.

OBJECTIF : amener l'étudiant au niveau B1 du CECRL pour la fin du 1^{er} semestre.

LANGUE

- LANGUE FRANÇAISE – 12 heures par semaine

**Professeurs (selon le groupe) : Mme CAYET, Mme MOREELS, Mme BONNEFOY,
Mme GARCIA.**

Compréhension écrite

Expression écrite

Compréhension orale

Expression orale

- PHONÉTIQUE – 2 heures par semaine

Professeurs (selon le groupe) : Mme BRUEL, Mme BROILLIARD

Cet atelier est un complément indispensable des cours de langue et développe les caractéristiques phonétiques, syllabiques et prosodiques du français.

Au premier semestre, l'accent sera plus particulièrement mis sur la bonne prononciation des sons vocaliques. Des explications théoriques seront données afin de faire prendre conscience à l'étudiant des principales caractéristiques des sons français.

L'acquisition de la bonne prononciation des sons français se fera par l'intermédiaire d'exercices auditifs et oraux en classe et en laboratoire de langues. Seront également abordés les nombreux problèmes de graphie-phonie que pose le français.

ATELIERS

L'étudiant qui désire obtenir le Diplôme semestriel (D.U de "Langue et culture françaises", niveau B1) doit obligatoirement suivre 3 ateliers de 2 heures.

- FRANÇAIS DES AFFAIRES : LE MONDE DES ENTREPRISES – 2 heures par semaine.
Professeur : M. BRAULT

Terminologie relative au monde des affaires et des entreprises.

Le thème des négociations (situations, stratégies, négociation entre cultures)

Les Entreprises Françaises:

Vision générale des différents statuts des entreprises Françaises.

Les entreprises dans le droit français et européen.

Les entreprises et le commerce

Les entreprises Françaises au sein de la mondialisation.

Les conséquences des crises financières et monétaires sur les entreprises.

Entreprises et contexte géopolitique

Exercices pratiques : Présentation d'un sujet relatif au cours par des petits groupes d'étudiants.

- DÉCOUVERTE DE LA PRESSE FRANÇAISE – 2 heures par semaine
Professeur : Mme BIANCHI

Cet atelier a divers objectifs : faire découvrir la presse française, son histoire, ses spécificités tout en veillant à une meilleure maîtrise de la langue de la part de l'étudiant(e), au renforcement des connaissances lexicales, à une connaissance de base de la structure des articles de presse, du fonctionnement de la presse et des médias.

Principaux thèmes abordés :

- évolutions de la presse écrite
- panorama de la presse française et de la presse régionale
- économie de la presse française
- concentration des médias et groupes de presse
- liberté de presse et censure
- presse satirique
- rapport de force entre les différents médias.

- LES RÉGIONS FRANÇAISES – 2 heures par semaine.
Professeur : Mme TIPHAIGNE

La découverte des régions françaises selon différents points de vue : administratif , politique, géographique, historique, et culturel est le but de cette atelier.

Des thèmes aussi variés que les villes ,les paysages, la gastronomie, l'art, les écrivains, les dialectes, l'activité économique pourront être évoqués.

Par le biais de documents authentiques, (articles, extraits de manuels, dépliants et guides touristiques, cartes, extraits de documentaires ou d'émissions) les étudiants travailleront la compréhension et l'expression orales ainsi que la compréhension et l'expression écrites tout en découvrant la France région par région.

Les structures de la langue spécifiques aux discours descriptifs, explicatifs ou narratifs seront abordées.

Nous suivrons également l'actualité concernant la restructuration des régions françaises.

- INTRODUCTION A LA CULTURE FRANCAISE – 2 heures par semaine

Professeur : M. PAITA

OBJECTIF : Enrichissement linguistique par la mise en relation de la langue et de son contexte socio-culturel

PRINCIPES DIDACTIQUES

La langue française est abordée dans ses références à des contenus liés à l'histoire, la géographie, l'économie, les lettres, les arts et l'anthropologie sociale et culturelle. Ces disciplines ne sont pas abordées pour elles-mêmes mais pour les documents qu'elles fournissent et l'enrichissement linguistique et cognitif qu'elles favorisent. Les références pour les définitions de termes et l'approche des faits sont celles de l'École des Annales (notamment Pierre NORA, Jacques LE GOFF, Fernand BRAUDEL, Georges DUBY).

La méthode pédagogique est fondée sur les interactions dans le groupe et, notamment, les exposés des étudiants qui font l'objet d'une exploitation systématique pour le vocabulaire, les phrases grammaticalement et culturellement pertinentes, la recherche de supports écrits, sonores et visuels par connexion à l'internet (flux libres de droit).

- INITIATION A LA LECTURE D'ŒUVRES THEATRALES – 2 heures par semaine

Professeur : Mme MOREELS

Ce cours s'adresse à des étudiants possédant déjà un niveau de compréhension écrite suffisant. Toutefois l'hétérogénéité du début d'année dans les autres compétences justifie le choix d'œuvres contemporaines à préciser ultérieurement, en fonction de l'offre théâtrale à Aix et Marseille : Beckett, Ionesco ou Camus...

Les textes relativement aisés à comprendre permettront la mise en place d'une initiation à la lecture d'œuvres théâtrales même si les enjeux esthétiques et philosophiques des auteurs en question demeurent complexes.

Les évaluations seront écrites et au nombre de deux minimum, mais la participation à l'oral sera prise en compte au même titre que les contrôles écrits.

- HISTOIRE DE L'ART : ART ET PUBLICITÉ – 2 heures par semaine

Professeur : Mme THIRION

Revisiter l'histoire de l'art en comprenant comment la publicité s'inspire de l'Art et comment les artistes ont été attirés par la publicité.

Certains artistes Pop se sont largement inspirés de la publicité mais certains publicitaires peuvent également s'inspirer de l'art. Qu'il s'agisse d'Art classique ou d'Art contemporain, la publicité utilise et détourne le style ou l'image d'un artiste.

A travers l'étude de supports publicitaires faisant référence à l'art, l'objet de cet atelier visera à amener les étudiants à maîtriser le langage publicitaire (cible, logo, produit, marque...). Ils apprendront à décrire des images, définir leur nature, leur composition, justifier le choix de l'oeuvre d'art utilisée, justifier le message publicitaire...

- PRATIQUE DE LA COMMUNICATION ORALE (PRISE DE PAROLE EN FRANCAIS)

– 2 heures par semaine

Professeur : M. PÉLOPIDAS.

Au delà d'un simple cours de théâtre, cet atelier a pour but d'aider l'étudiant à parfaire son français et à améliorer ses prestations en public (jury d'examen, exposés, conférences, employeurs...).

Cet enseignement est régulièrement dispensé aux diplomates, avocats, professeurs, chefs d'entreprises, commerciaux ainsi qu'aux étudiants préparant leurs examens oraux..

C'est à travers l'apprentissage des techniques d'acteur et de mise en scène que sera abordée (à la fin de chaque exercice) la pratique du français (vocabulaire et prononciation).

**- CINÉMA FRANCOPHONE : ATOUR DE LA NOUVELLE VAGUE – 2 heures par semaine
plus la projection d'un film un soir par semaine.**

Professeur : M. LORRAIN

Objectifs du cours :

Voir, s'habituer à voir et entendre des films francophones en version originale.

Prendre connaissance d'un certain nombre de réalisateurs français.

Ouvrir une porte sur la société et la culture.

Tirer informations et commentaires des critiques et/ou des textes d'analyse.

S'exprimer à l'oral / s'exprimer à l'écrit sur des sujets nouveaux mais à partir d'une connaissance nouvelle.

Après projection :

Un questionnaire et des articles sont fournis aux étudiants pour leur permettre d'avoir plus de repères et d'arguments pour une analyse écrite ou orale. Une présentation préparée par deux étudiants ouvre la séance. Suivent des questions, des analyses, des commentaires et des compléments d'informations (la méthode de la présentation sera précisée lors du premier cours), ainsi qu'un extrait du film. Discussion et commentaires se font généralement en sous-groupes