

Oum-El-Djilali Kadi

Université de Mostaganem, Algérie

La didactique du français du marketing dans l'Ouest algérien

Mots-clés : Analyse de corpus, analyse des besoins, ingénierie de la formation, didactique des langues, Français Langue Seconde et de Spécialité

Résumé : En Algérie, les étudiants de troisième cycle sciences commerciales se voient dispenser leurs cours en français. La maîtrise de la langue française est par conséquent un élément incontournable pour l'optimisation de l'enseignement-apprentissage de la spécialité en langue française. Cependant, ce public ne possède pas assez d'outils en français pour appréhender la pensée que tentent de lui communiquer les formateurs. Afin de fournir à ces apprenants des mesures d'aide adaptées à leurs problèmes, nous avons fait en sorte, à travers une analyse des besoins linguistiques, de connaître quels aspects de la langue occasionnent des erreurs, et de mettre en exergue les éléments nécessaires à la mise en place d'un curriculum destiné à remédier à ces écueils.

The Didactics of French Marketing in West Algeria

Key words: Language didactics, French as a second language, French for specific purposes, needs analysis, learning engineering, corpus analysis

Abstract: In Algeria, postgraduate courses are taught in French. Fluency in that language is essential to optimize the teaching and learning process in their field. However, we have noticed that, due to insufficient competence in French, the students cannot grasp the nuances of the concepts their teachers try to convey. In order to provide the learners with suitable help, we have analysed their linguistic needs and tried to define which aspects of the language could lead to mistakes. We have then used this information to set up a curriculum aiming at making up for the students' specific weaknesses.