



# Master Langues étrangères appliquées

## Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'un master. Master Langues étrangères appliquées. 2013, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. hceres-02029496

**HAL Id: hceres-02029496**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02029496>**

Submitted on 20 Feb 2019

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



agence d'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

# Rapport d'évaluation du master



Langues étrangères appliquées

de l'Université Sorbonne Nouvelle  
Paris 3

Vague D – 2014-2018

Campagne d'évaluation 2012-2013



agence d'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Le Président de l'AERES

**Didier Houssin**

Section des Formations  
et des diplômes

Le Directeur

**Jean-Marc Geib**



## Evaluation des diplômes Masters – Vague D

Académie : Paris

Etablissement déposant : Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3

Académie(s) : Paris

Etablissement(s) co-habilité(s) : Université Paris 7 - Denis Diderot (pour deux spécialités)

Mention : Langues étrangères appliquées (LEA)

Domaine : Arts, lettres, langues (ALL)

Demande n° S3MA140006920

## Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :  
Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 ; Université Paris 7 - Denis Diderot ; INALCO.
- Délocalisation(s): /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger: /

## Présentation de la mention

La mention est composée de cinq spécialités dont trois déjà existantes : *Traduction et Terminologie Juridiques et Financières* (TTJF, master professionnel), *Gestion Marketing Franco-Allemands* (GMFA, master professionnel) et *Négociation Commerciale Internationale* (NCI, master professionnel) ; les deux dernières étaient à l'origine des parcours d'une spécialité chapeau qui a disparu. Deux spécialités nouvellement créées, co-habilitées avec l'Université Paris 7, s'ajoutent à cet ensemble : *Langues, Cultures et Affaires Internationales* (LCAI, master recherche, porté par Paris 3) et *Management Culturel et Communication Trilingues* (MCCT, master professionnel, porté par Paris 7). Toutes ces formations sont organisées, avec d'autres spécialités du PRES Sorbonne Paris Cité, en deux pôles de formation, *Traduction spécialisée* et *Affaires et Commerce*. La mention propose aux étudiants d'acquérir la maîtrise de deux langues et cultures étrangères, ainsi que, selon les spécialités, des connaissances et compétences dans les domaines de la traduction spécialisée ou du commerce et des affaires. Le programme de la première année (M1) prévoit des mutualisations permettant une orientation progressive des étudiants. Les enseignements de la deuxième année (M2) mettent l'accent sur la spécialisation : enseignements directement professionnalisants pour les spécialités professionnelles, la recherche appliquée pour la spécialité orientée recherche. Le M1 de toutes les spécialités permet un stage facultatif. Le M2 des spécialités professionnelles se déroule soit en alternance, soit comporte un stage obligatoire de six mois ; celui de la spécialité orientée recherche permet un stage facultatif.



## Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

Les modifications proposées - trois spécialités déjà existantes (dont deux en tant que parcours) sont complétées par deux spécialités nouvellement créées - assurent une poursuite d'études des étudiants issus des différentes licences LEA de Paris 3. De plus, la mention ainsi modifiée s'insère de manière cohérente dans l'offre de formation du PRES Sorbonne Paris Cité. Le projet pédagogique est en adéquation avec les connaissances et compétences attendues, ainsi qu'avec les emplois visés : des carrières internationales dans le domaine de la traduction spécialisée ou dans celui des affaires et du commerce, selon la spécialité choisie. Le M1 prévoit un certain nombre de mutualisations permettant une orientation progressive des étudiants ; l'équipe envisage à terme de leur offrir la possibilité d'accéder au M2 de toutes les spécialités des deux mentions LEA de Paris 3 et Paris 7, Paris 13 restant pour le moment à part. Ce projet n'est pas encore abouti, mais vu la complexité d'une mise en cohérence de l'offre de formation du PRES, on ne saurait reprocher à l'équipe de procéder par étapes. Les enseignements ainsi que leur pondération sont en adéquation avec les objectifs, à l'exception des ECTS attribués au stage M2 de la spécialité Négociation commerciale internationale (NCI). L'importance accordée aux compétences informatiques et aux TICE mérite d'être soulignée. Les stages occupent également une place importante : ils sont facultatifs en M1, obligatoires dans les spécialités professionnelles, à moins que la formation ne soit organisée en alternance, possibles dans la spécialité orientée recherche. Les étudiants issus d'une licence LEA de Paris 3 entrent de droit en M1, les étudiants issus de LEA au niveau régional et national, ainsi que les candidats issus d'autres formations se partagent les places restantes, sans que les critères de sélection soient spécifiés. L'entrée en M2 est sélective, sans priorité pour les étudiants issus du M1 de la mention.

Grâce à sa visée d'une double compétence (deux langues étrangères complétées par des enseignements de spécialité), la mention est complémentaire aux autres masters proposés à Paris 3, de type LLCE ou fondés sur la combinaison d'une langue étrangère et de matières professionnelles. De plus, elle s'insère bien dans l'offre de formation en masters LEA du PRES. Au niveau régional voire national, quatre des cinq spécialités n'ont pas de concurrent direct, car elles présentent toutes une particularité que les spécialités respectives ne possèdent pas ; NCI est en concurrence avec le master *Affaires Internationales et Négociation Interculturelle* de Paris Ouest Nanterre, mais le bilan d'attractivité indique que cette concurrence n'est pas nuisible. En fonction de ses spécialités, la mention est adossée à des équipes de recherche dans différents domaines (sciences du langage, langues, civilisations, droit, gestion, etc.). De nombreux professionnels sont présents dans l'équipe pédagogique, ainsi que dans les conseils de perfectionnement et encadrent les stagiaires et les étudiants en alternance, assurant ainsi le lien avec les milieux socio-professionnels. Au niveau des partenariats avec d'autres universités françaises, les liens avec Paris 7 (co-habilitations de deux spécialités) et l'INALCO méritent d'être relevés. En revanche, les partenariats avec des universités étrangères sont peu nombreux vu la visée internationale des spécialités ; c'est particulièrement regrettable pour *Gestion Marketing Franco-Allemands* qui, malgré sa dénomination et ses objectifs, n'a aucun partenariat avec une université allemande.

80 % des étudiants en M1 sont issus des licences LEA de Paris 3 et entrent de droit. Le nombre des places restantes pour les candidats extérieurs permet une sélection conséquente. La sélection est sévère à l'entrée du M2, qui n'accepte que 20 à 30 % des étudiants issus du M1. Comme le taux de réussite en M1 se situe autour de 60 %, plus de la moitié des étudiants ayant réussi la première année ne sont pas acceptés en M2. On regrette le manque d'information et d'analyse sur le devenir de ces étudiants. En fonction de l'objectif professionnalisant des spécialités déjà existantes, le très faible taux de poursuite en études doctorales est compréhensible. Les taux d'insertion donnés sont excellents, mais reposent sur des bases fragiles (faible taux de retour aux enquêtes, chiffres lacunaires). Vu le nombre restreint des diplômés, un meilleur suivi devrait être possible.

Le taux d'heures dispensées par des intervenants professionnels est très bon. On remarque qu'il n'y a pas de professeur dans l'équipe de *Gestion marketing franco-allemand* (GMFA). Aucune information n'est donnée sur le support administratif ; l'autoévaluation bilan faite par les instances de Paris 3 mentionne pourtant un sérieux manque de moyens administratifs. Il existe des conseils de perfectionnement au niveau de la mention et des spécialités avec une représentation des enseignants, des étudiants et des milieux socio-professionnels. En ce qui concerne l'évaluation des enseignements par les étudiants, le dossier n'est pas explicite, mais apparemment elle est tout au plus informelle. Les recommandations de l'AERES, lors de la précédente évaluation ont été prises en compte, du moins partiellement : les informations sur les différentes équipes pédagogiques sont plus détaillées, les contacts avec les entreprises sont mieux renseignés, les équipes de recherche se sont diversifiées. En revanche, l'ouverture internationale reste insatisfaisante, surtout envers l'Allemagne, la coopération avec ce pays restant depuis plusieurs années au niveau des « contacts ». L'autoévaluation interne pertinente et sans complaisance mérite d'être relevée ; selon toute apparence, ce document a été pris en compte pour la restructuration de la mention. Le dossier est bien construit et traduit beaucoup de soin pour exposer clairement la structure complexe des spécialités Langues



étrangères appliquées (LEA) au sein du PRES. Les indicateurs lacunaires sont sans doute dus à un manque de soutien administratif de la part du département LEA et des instances centrales de l'université. Les fiches RNCP et les annexes sont bien renseignées.

- Points forts :
  - Excellente employabilité (selon les chiffres que l'équipe a pu présenter).
  - Attractivité forte des spécialités existantes.
  - Bon adossement aux milieux socio-professionnels.
  - Architecture claire de la mention qui s'insère bien dans l'offre de formation du PRES.
  
- Points faibles :
  - Relations internationales toujours trop peu développées, surtout celles de la spécialité GMFA.
  - Manque de soutien administratif.
  - Absence d'évaluation formalisée des enseignements par les étudiants.

## Recommandations pour l'établissement

Il faudrait :

- Développer les relations internationales, notamment avec l'Allemagne, pour la spécialité GMFA, à travers une collaboration avec l'organisme allemand d'échanges universitaires (DAAD, Deutsche Akademische Austauschdienst).
- Renforcer les moyens administratifs.

## Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Positionnement de la mention dans l'environnement scientifique et socio-économique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : B
- Pilotage de la mention (A+, A, B, C) : B



# Evaluation par spécialité

## Gestion Marketing Franco-Allemands (GMFA)

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université Paris 3.

*Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /*

*Délocalisation(s) : /*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialité vise à former des généralistes de gestion et de marketing, spécialisés dans le domaine de la coopération commerciale franco-allemande. Les enseignements en M1 sont partiellement mutualisés avec d'autres spécialités de la mention, mais il y a également des cours spécifiques en allemand. Les enseignements du M2 sont à 80 % dispensés en allemand. Le stage est facultatif en M1, obligatoire en M2 (six mois).

- Appréciation :

Les connaissances et compétences attendues (linguistiques : excellent niveau d'allemand, très bon niveau d'anglais ; professionnelles : gestion d'entreprise, marketing, affaires internationales), ainsi que les enseignements sont en adéquation avec les objectifs de la formation. Le côté professionnalisant (M2 en alternance ou comportant un stage de six mois, présence d'intervenants professionnels) est bien développé. En revanche, la dimension recherche se limite à un mémoire en M1, à l'UE « Méthodologie de la recherche » en M2, et à l'appartenance de deux membres de l'équipe pédagogique au Centre d'Etudes et de Recherches sur l'Espace Germanophone (CEREG, EA 4223) ; dans ce laboratoire, ni le marketing, ni la gestion ne sont présents. Il n'y a aucun partenariat avec une université allemande, et cela malgré la présence d'un lecteur allemand envoyé par le DAAD, organisme allemand hautement compétent dans le domaine des échanges universitaires franco-allemands. Quant à l'attractivité, le dossier n'est pas explicite et se limite à parler d'une « niche », mentionnant seulement des promotions de 10 à 20 étudiants. Cela peut s'expliquer par le fait qu'il s'agit d'un parcours devenant dorénavant une spécialité. Vu cette taille restreinte, il est cependant regrettable que l'équipe ne fournisse aucune information sur les taux de réussite en M1 et M2, ni sur les taux d'insertion professionnelle. La composition de l'équipe ne peut satisfaire complètement : parmi les enseignants-chercheurs il n'y a aucun gestionnaire, seulement le lecteur allemand qui est titulaire d'un doctorat en gestion ; en revanche, une partie du marketing et l'insertion professionnelle sont enseignés par des intervenants professionnels. Il existe un conseil de perfectionnement et une évaluation annuelle des enseignements par les étudiants. On regrette toutefois, l'absence d'un suivi formalisé des diplômés.

- Points forts :

- Spécialité située dans un créneau (gestion et marketing franco-allemands) complémentaire aux autres spécialités de la mention.
- Caractère professionnalisant bien développé (présence d'intervenants professionnels, formation par alternance ou stage long).

- Points faibles :

- Aucun enseignant-chercheur en gestion/marketing.
- Adossement à la recherche négligeant le cœur de la formation (gestion et marketing).
- Manque de partenaires allemands institutionnels.
- Attractivité incertaine.
- Manque de données statistiques propres à une entité à faibles promotions.



## Recommandations pour l'établissement

Il serait souhaitable de :

- Compléter l'équipe pédagogique par un enseignant-chercheur en gestion/marketing.
- Diversifier l'adossement à la recherche en incluant le cœur de la formation (gestion et marketing).
- Développer les relations avec les universités allemandes. Les contacts avec le DAAD via le lecteur envoyé par cet organisme devraient être utilisés.
- Augmenter l'attractivité par plus de communication au niveau régional et national.
- Formaliser le suivi des diplômés.

## Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : B
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : B
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : B





## Langues, Cultures et Affaires internationales (LCAI)

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université Paris 3 ; Université Paris 7.

*Etablissement(s) en co-habilitation(s) :*

Université Paris 7.

*Délocalisation(s): /*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger: /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialisation, une création *ex-nihilo* dont l'ouverture est apparemment prévue pour 2014 (le dossier n'est pas explicite), est orientée vers la recherche appliquée au service des entreprises et organismes nationaux et internationaux, avec comme postes visés des experts en études, stratégie et développement dans un contexte international. Il existe la possibilité de poursuivre en études doctorales, classiques ou sous contrat CIFRE. La formation consiste en un M2, dont les étudiants sont issus du M1 de trois autres spécialités de la mention. Aucun stage n'est prévu.

- Appréciation :

Les connaissances et compétences demandées sont celles d'un chercheur dans le domaine des affaires et du commerce, et ce dans un contexte multilingue, multiculturel et pluridisciplinaire : recherche, gestion et analyse de données ; modélisation ; qualités rédactionnelles. Elles sont toutes en adéquation avec les objectifs de la spécialité. Les enseignements du M2, qui mettent l'accent sur la recherche appliquée, forment un tout cohérent. Un séminaire interdisciplinaire et deux séminaires de recherche, ainsi que la participation des étudiants aux activités scientifiques de l'équipe pédagogique assurent le côté recherche. Il existe déjà un partenariat avec deux universités du Proche-Orient, ainsi qu'un projet de partenariat avec une université chinoise. L'équipe pédagogique, composée de PR et MCF HDR, est en adéquation avec l'orientation recherche ; il manque cependant des enseignants-chercheurs spécialisés en aires culturelles hispanophone, lusophone et italienne, pour les étudiants ayant choisi comme deuxième langue étrangère l'espagnol, le portugais ou l'italien. Il existe un conseil de perfectionnement, ainsi qu'une évaluation des enseignements par les étudiants. L'entrée est sélective : le candidat doit avoir obtenu une mention « bien » à son mémoire de recherche en M1 et l'autorisation du directeur de mémoire.

- Points forts :

- Formation de qualité en recherche appliquée dans le domaine affaires/commerce.
- Complémentarité par rapport aux autres spécialités de la mention.
- Objectifs clairement définis.

- Point faible :

- Equipe d'enseignants-chercheurs ne couvrant pas toutes les aires culturelles et linguistiques.

## Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de :

- Compléter l'équipe d'enseignants-chercheurs pour couvrir toutes les aires culturelles et linguistiques.
- Réfléchir à l'utilité d'un stage en M2, en vue d'une poursuite en études doctorales sous contrat CIFRE.



## Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : SO (création)
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



## Management Culturel et Communication Trilingue (MCCT)

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université Paris 7 - Denis Diderot ; Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

*Etablissement(s) en co-habilitation(s) :*

Université Paris 7 - Denis Diderot

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

*Délocalisation(s):/*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialisation, une création ex-nihilo, vise à former des cadres chargés d'échanges commerciaux internationaux dans le domaine des biens et services culturels. L'offre est déclinée en trois parcours géographiques : *Europe-Amériques*, *Europe-Asie* et *Europe-Bassin méditerranéen*. Le M2 présente des mutualisations avec la spécialisation LCAI. Il est possible d'effectuer un stage en M1 ; celui du M2 est obligatoire.

- Appréciation :

Ni dans le dossier principal, ni dans les fiches RNCP et ADD, la spécialité ne définit clairement les biens et services culturels qui, selon les objectifs de la formation, sont l'objet des échanges commerciaux internationaux. Il est de ce fait impossible d'évaluer la pertinence du projet pédagogique. On rencontre un problème similaire pour les enseignements, qui se proposent d'« analyser les données culturelles et sociétales des territoires » concernés, sans donner plus de précisions. Le côté recherche est assuré en M1 par un séminaire de recherche documentaire, en M2 par l'UE méthodologie de la recherche. Il existe des projets de partenariats avec plusieurs universités, dont une en Chine. La composition de l'équipe pédagogique soulève les mêmes questions que les objectifs et les contenus des enseignements : ne faudrait-il pas, à côté des enseignant-chercheurs linguistes, économistes, gestionnaires et civilisationnistes, des spécialistes des faits culturels (histoire de l'art etc.) ? Parmi les intervenants professionnels, on cherche en vain des experts dans le domaine (gestionnaire de musée, commissaire d'exposition etc.). Il existe un conseil de perfectionnement et une évaluation formalisée des enseignements par les étudiants.

- Points forts :

- Créneau intéressant et certainement porteur.
- Relations internationales variées en voie de développement.

- Points faibles :

- L'objet des échanges commerciaux n'est pas clairement défini.
- Il en résulte un projet qui manque de précision.
- Les contenus des enseignements manquent également de précision.
- L'équipe manque de spécialistes des biens et services culturels. La présence d'enseignants-chercheurs en langues, civilisations, cultures et sociétés des aires géographiques concernées ne suffit pas. Parmi les intervenants professionnels, il n'y a aucun expert dans le domaine.



## Recommandations pour l'établissement

L'équipe devrait absolument :

- premièrement, définir clairement l'objet des échanges commerciaux.
- deuxièmement, en fonction de cette clarification, préciser les objectifs de la formation.
- troisièmement, en tirer les conséquences pour adapter les contenus des enseignements.
- enfin, compléter l'équipe pédagogique, afin de dispenser les connaissances et compétences nécessaires.

## Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : C
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : SO (création)
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : B



## Négociation Commerciale Internationale (NCI)

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université Paris 3.

*Etablissement(s) en co-habilitation(s):/*

*Délocalisation(s):/*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger: /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialité, professionnalisante, vise à former des experts trilingues dans l'import/export, dans le secteur bancaire, le marketing et dans la communication, le tout dans un contexte international. Les étudiants désirant s'orienter vers la recherche peuvent réaliser leur M2 dans la spécialité Langues, cultures et affaires internationales (LCAI). Un stage en M1 est possible, mais facultatif ; celui du M2 est obligatoire et dure six mois.

- Appréciation :

Les connaissances et compétences attendues (linguistiques : deux langues étrangères dont l'anglais ; professionnelles : économie-gestion ; interculturelles ; transversales) sont en adéquation avec les objectifs. Les enseignements sont variés, leur pondération est justifiée, sauf pour le stage en M2 qui a, avec 6 ECTS, un poids nettement insuffisant. La recherche a sa place dans l'UE *Méthodologie de la recherche* en M1, et la rédaction d'une monographie d'entreprise en M2. L'ancrage dans les milieux socio-professionnels est assuré par la présence de plusieurs intervenants professionnels et par le stage qui pourtant devrait être mieux valorisé, d'autant que l'alternance n'est pas prévue. Les partenariats internationaux se limitent à deux universités du Proche-Orient. Le profil d'emploi demanderait cependant plus de contacts avec des partenaires européens. La spécialité fait preuve d'une très forte attractivité en M1 et en M2, où la moitié des places est régulièrement occupée par des étudiants étrangers. Selon les affirmations de l'équipe, l'insertion professionnelle est quantitativement et qualitativement très bonne. L'université n'a pas pu fournir d'indicateurs spécifiques sur une entité qui jusqu'à présent n'était qu'un parcours, mais l'équipe devrait être capable de renseigner plus précisément sur les taux de réussite et d'insertion, surtout en M2, où les effectifs sont restreints. L'équipe pédagogique est composée en adéquation avec les objectifs. Le dossier indique un manque flagrant de soutien administratif : en 2011-12, la formation a dû réduire le nombre d'étudiants d'un tiers, suite à un secrétariat incomplet. Il existe un conseil de perfectionnement, mais on constate l'absence d'évaluation des enseignements par les étudiants.

- Points forts :

- Forte attractivité, y compris pour les étudiants étrangers.
- Bon équilibre entre langues et matières d'application.
- Complémentarité par rapport aux autres spécialités LEA du PRES.
- Apparemment un très bon taux d'insertion.

- Points faibles :

- Relations internationales trop peu diversifiées.
- Stage pas assez valorisé (seulement 6 ECTS).
- Manque flagrant de soutien administratif.
- Manque de suivi des diplômés.
- Absence d'évaluation des enseignements par les étudiants.



## Recommandations pour l'établissement

Il faudrait :

- Développer, surtout diversifier les relations internationales.
- Valoriser plus le stage, réfléchir à la possibilité d'un M2 en alternance.
- Garantir un meilleur suivi des étudiants et des diplômés, entre autres par un soutien administratif correct.

## Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : B
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : B
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : B



## Traduction et Terminologie Juridiques et Financières (TTJF)

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université Paris 3, INALCO.

*Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /*

*Délocalisation(s) : /*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialité, professionnalisante, forme des traducteurs dans les domaines juridique et financier. Les diplômés ont également la possibilité de poursuivre par un doctorat en traductologie ou terminologie dans une école doctorale du PRES. La formation comporte un stage facultatif en M1 et un stage obligatoire de six mois en M2.

- Appréciation :

Les connaissances et compétences attendues (linguistiques : deux langues étrangères dont l'anglais, notamment en tant que langues de spécialité ; culturelles ; informatiques ; méthodologiques ; organisationnelles) sont en adéquation avec les objectifs. L'ancrage dans les milieux socio-professionnels est donné par la présence des nombreux intervenants professionnels extérieurs, des enseignements directement professionnalisants et le stage obligatoire valorisé par 30 ECTS. Le dossier mentionne la possibilité de poursuivre les études par un doctorat en traductologie ou terminologie, mais la maquette ne prévoit pas suffisamment d'enseignements qui prépareraient les étudiants à cette éventualité. Il existe un partenariat avec l'Université Française d'Égypte (Le Caire) et le projet d'une co-diplômation avec cet établissement. Des liens avec d'autres universités, notamment anglophones, seraient fort utiles. La spécialité fait preuve d'une grande attractivité nationale et internationale. Il est d'autant plus regrettable qu'elle ait dû réduire ses effectifs par manque de soutien administratif. Le taux de réussite en M1 (entre 50 et 60 %) n'est pas satisfaisant, contrairement à celui du M2 (entre 65 et 85 %). Le taux d'insertion professionnelle est excellent, mais les chiffres reposent sur un faible taux de retour. Les indicateurs sont lacunaires, tout comme ceux des autres spécialités. L'équipe s'efforce cependant de les commenter et rectifier dans la mesure du possible. La composition de l'équipe pédagogique est en adéquation avec les objectifs de la formation. Il existe des projets de conseil de perfectionnement et d'évaluation des enseignements par les étudiants.

- Points forts :

- Grande attractivité nationale et internationale.
- Apparemment un excellent taux d'insertion professionnelle.
- Bon ancrage professionnel.

- Points faibles :

- Manque flagrant de soutien administratif.
- Relations internationales trop peu diversifiées.
- Adossement à la recherche trop ténu.

## Recommandations pour l'établissement

Il serait souhaitable de :

- Donner à la spécialité le soutien administratif dont elle a besoin.
- Diversifier les relations internationales.
- Améliorer l'adossement à la recherche.



## Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A





# Observations de l'établissement

## PRÉSIDENTENCE

---

Paris, le 22 juillet 2013

Marie-Christine LEMARDELEY  
Présidente de l'Université Sorbonne  
Nouvelle - Paris 3

à

M. Jean-Marc GEIB,  
Directeur de la Section des formations et  
des diplômes  
AERES

**Objet : observations et réponses au sujet de l'évaluation de l'offre de formation en master de l'université Sorbonne Nouvelle - Paris 3**

Monsieur le directeur,

Vous voudrez bien trouver ci-joint mes réponses au sujet de l'évaluation de l'offre de formation en master de l'université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Elles se composent de réponses spécifiques par mention reprenant point par point différentes remarques formulées par les experts de l'AERES.

En collaboration avec les responsables de formation, les recommandations de l'AERES permettront d'envisager des axes de développement dans le cadre de la politique de l'établissement en termes d'offre de formation. Comme convenu, les observations et éléments de réponse synthétique sur les rapports "offres globales" niveau licence et master vous seront ainsi transmis d'ici la fin août.

En vous souhaitant bonne réception, je vous prie d'agréer, Monsieur le directeur, l'expression de mes sentiments distingués.



Marie Christine Lemardeley

# MENTION - Langues étrangères appliquées (LEA) (SHS 5)

## Réponses pour la mention

### Structure de la mention

Le rapport souligne la cohérence et l'importance de l'offre de formation et la qualité de son positionnement dans l'environnement scientifique et socio-économique. Dans ce contexte, la nouvelle spécialité MCCT trouve sa place en offrant une ouverture aux étudiants de LEA dans le domaine des échanges de biens et de services culturels, non couvert jusqu'à ce jour. De même, la spécialité LSCT contribue à l'équilibre de la mention commune P3/P7 entre « Traduction » et « Affaires et commerce », puisqu'elle représente le débouché Recherche du pôle Traduction, comme la spécialité LCAI, portée par la Sorbonne Nouvelle - Paris 3, offre un débouché Recherche au pôle « Affaires et Commerce ».

- **Conseils de perfectionnement**

La mise en œuvre progressive de l'organisation de la mention commune est dépendante de la structuration elle-même progressive du pôle P3/P7 (avec potentiellement P13). Les conseils de perfectionnement au niveau de la mention et des spécialités co-habilitées reflètent cette progressivité, mais garantissent d'emblée une représentation des deux partenaires dans ces conseils, afin de veiller à la cohérence de l'ensemble de l'offre de formation au sein de la mention commune.

La structure et le fonctionnement de ces conseils de perfectionnement sont décrits de manière détaillée dans la partie 5.b.1 du dossier.

Les conseils de perfectionnement de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 et de Paris Diderot au niveau mention auront pour missions d'apprécier le bon fonctionnement de la formation, et le cas échéant de préconiser des améliorations. A noter : afin de prolonger le travail du comité de pilotage, chacun des deux conseils de perfectionnement inclura le responsable de la mention de l'autre établissement. Compte tenu de la spécificité des différentes spécialités, chacune d'entre elles est par ailleurs dotée également d'un conseil de perfectionnement, et servant de relais auprès des conseils de perfectionnement au niveau mention.

- **Indicateurs.**

La mise en œuvre d'indicateurs structurés dans les deux établissements est relativement récente et leur degré de pertinence est donc amené à croître. Ainsi, à la Sorbonne Nouvelle - Paris 3, par exemple, le rôle de l'Observatoire de la Vie Etudiante est-il appelé à produire des enquêtes de plus en plus affinées.

- **Evaluation des enseignements par les étudiants**

L'évaluation des enseignements par les étudiants est bien mise en œuvre dans les deux établissements, en particulier par les enseignants au niveau des UE (confère paragraphe 5.b.3). Il est également précisé que ces procédures d'évaluation sont appelées à être harmonisées, et par conséquent plus formalisées, dans le cadre de la nouvelle mention commune.

### Relations internationales

En termes de relations internationales, les deux universités offrent aux étudiants un important maillage de contrats Erasmus ou de conventions hors Europe, leur permettant de suivre, en particulier, un ou deux semestres de M1 à l'étranger. Les relations internationales au sein de la mention sont en constante évolution. De nouveaux partenariats ont vu le jour ou se sont consolidés depuis le dépôt du dossier de maquette (voir les dossiers des spécialités). Par ailleurs, le partenariat qui se met en place entre la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 et Paris Diderot au sein d'une mention LEA commune est porteur de nouvelles synergies, avec la mise en œuvre d'un pôle commun de partenariats internationaux existants et la création de nouveaux partenariats grâce à l'offre élargie représentée par la mention LEA commune.

## Spécialité GMFA : Gestion et Marketing Franco - Allemand

- Compléter l'équipe pédagogique par un enseignant en gestion/marketing.

Depuis très longtemps, l'équipe inclut un lecteur spécialisé (avec doctorat) en Gestion voire en Marketing placé par le Service franco-allemand d'Echanges universitaires (DAAD).

Par ailleurs, le responsable du Master pro Gestion et Marketing, titulaire d'un doctorat en Etudes germaniques portant sur l'étude méso-économique d'une ville en Allemagne, effectue l'essentiel de ses recherches dans les domaines de la Gestion et du Marketing comme en attestent les publications et les conférences dont la liste est donnée en annexe.

- Diversifier l'adossé de la recherche en incluant le cœur de la formation (gestion et marketing).

Le Master 2 est un master à vocation professionnalisante qui ne prépare pas spécifiquement à une carrière de chercheur. Toutefois, les étudiants du M 2 sont associés aux travaux de recherche, comme en attestent les exemples suivants :

a. Projet de recherche « L'oeil et le compromis – Etude franco-allemande des présentations de produits en ligne » - à partir d'une analyse conjointe, les étudiants du M 2 devaient interroger un échantillon de consommateurs pour déterminer leurs préférences par rapport à des sites internet (en 2007).

b. Projet de recherche « Le rôle des jeux d'entreprises dans la formation de Soft Skills ». Entre 2009 et 2011, trois équipes d'étudiants du Master pro GMFA ont joué le jeu d'entreprise MARKSTRAT contre trois équipes d'étudiants de gestion de l'Université de Bielefeld en Allemagne. Un questionnaire avant le jeu et le même après, ont permis de mesurer la progression dans la maîtrise des compétences sociales.

Pour diversifier les problématiques de recherche en Etudes germaniques en leur donnant une orientation microéconomique, certains enseignants du CEREG EA 4223 ont organisé **deux colloques internationaux**:

- en 2003 : Langue, économie, entreprise – le travail des mots

- en 2008 : Langue, économie, entreprise – Gérer les échanges

Les domaines suivants ont été traités : « Politique, société et discours – variétés et homogénéités » ; « Communication et entreprise » et « comparaisons et traductions » pour le 1<sup>er</sup> colloque et « Communiquer dans l'entreprise » ; « Présenter l'offre » et « Parler d'économie » dans le cadre du second. Les étudiants de M2 ont été invités à participer.

- Développer les relations avec les universités allemandes. Les contacts avec le DAAD via le lecteur envoyé par cet organisme devraient être utilisés.

### **DAAD**

Le DAAD nous propose chaque année des candidats très qualifiés pour notre poste de lecteur de spécialité gestion. Cependant cet organisme n'a pas pour mission de gérer les coopérations entre universités françaises et allemandes

### **Coopération avec l'université de Bielefeld**

Depuis 20 ans, il existe par contre une coopération scientifique très fructueuse entre le responsable du master pro GMFA et le Professeur Reinhold Decker, titulaire de la chaire de gestion et marketing de l'Université de Bielefeld en Allemagne. Cette coopération a toujours reposé sur un triple objectif :

- Permettre de communiquer des résultats de recherche en marketing en France à la communauté scientifique allemande et vice versa

- Utiliser des méthodes de recherche en pointe, par exemple l'*eye-tracking* ou les *mind maps*.

- Mettre en évidence des différences entre la France et l'Allemagne

De cette coopération scientifique résultent des projets de recherche novateurs, des publications (cf. supra) et en principe chaque année un échange de conférences, dont les retombées sur l'enseignement prodigué aux étudiants du Master et sur leur formation sont très bénéfiques

### **Mobilité étudiante**

En M1, plusieurs étudiants de GMFA partent chaque année en Allemagne dans le cadre de contrats Erasmus. Il n'est par contre pas possible de proposer un semestre en M 2 en Allemagne, car les cours commencent début septembre et se terminent fin mars pour permettre aux étudiants d'effectuer un

stage de 6 mois. Les semestres dans les universités allemandes sont décalés et s'intégrer pour trois mois dans un nouvel environnement universitaire ne serait pédagogiquement pas efficace. Par contre, de nombreux étudiants de M2 effectuent leur stage en Allemagne.

- **Augmenter l'attractivité par plus de communication au niveau régional et national**

Le master professionnalisant « Gestion et Marketing franco-allemands » est le seul en France sur ce positionnement. Son caractère pointu lui confère son positionnement de « niche ».

Les moyens de communication à la disposition de cette spécialité sont :

- une page d'accueil pour le M 2 sur le site de la Sorbonne Nouvelle avec possibilité de poser sa candidature
- un lien vers la fiche de la formation
- un lien vers la brochure des masters avec le détail des objectifs de la formation, le descriptif des enseignements et de l'insertion professionnelle.
- un affichage sur le site de l'Association Nationale des LEA (ANLEA) : anlea.org
- les salons spécialisés auxquels participe la Sorbonne Nouvelle

L'enquête informelle réalisée chaque année au moment des entretiens de sélection révèle que pratiquement tous les candidats s'informent par Internet.

Le fait qu'une partie non négligeable de candidats soient originaires d'Allemagne atteste du rayonnement de la formation GMFA au-delà de l'Hexagone.

- **Formaliser le suivi des diplômés**

**Taux de réussite** : Comme il a été spécifié dans le dossier, le taux de réussite en M 2 est en général de 100%. Au cours des dix dernières années, un étudiant s'est vu refuser l'attribution du diplôme, et un étudiant a abandonné la formation en cours d'année. Il convient également de noter que pour les étudiants de M2 qui souhaitent prolonger leur stage au-delà du 30 septembre, une réinscription est nécessaire ce qui fait statistiquement baisser le taux de réussite. En M 1, le taux de réussite se situe entre 90% et 100%.

**Taux d'insertion professionnelle** : en M2, il est de 100%. Il s'avère que les entreprises françaises qui commercent avec l'Allemagne et les entreprises allemandes qui opèrent sur le marché français manquent cruellement de jeunes collaborateurs connaissant le fonctionnement d'une entreprise allemande et son environnement et vice versa. Le problème pour les diplômés du M2 GMFA n'est pas de ne pas trouver un emploi, mais de moduler leurs desiderata en fonction des offres d'emploi. Le laps de temps nécessaire pour trouver son premier emploi varie pour les mêmes raisons, mais dépend, bien sûr, également de la conjoncture.

**Suivi des diplômés** : compte tenu de leur forte mobilité, il est difficile de garder le contact avec tous les anciens diplômés de GMFA. Toutefois, il existe un suivi des anciens par l'association AIDA qui s'appellera désormais APB – Association Pierre Bertaux. Chaque année est organisée une rencontre entre les anciens et la promotion en cours, une démarche que nous estimons essentielle, car elle permet de rassurer les étudiants de la promotion en cours et de leur donner de nombreux conseils pour l'insertion professionnelle. Par ailleurs, il existe une liste – certes incomplète – des postes occupés par les anciens étudiants. Enfin, il n'est pas rare que les anciens proposent les stages aux étudiants actuels ; ainsi un réseau se crée...

### Spécialité TTJF : Traduction et Terminologie Juridiques et Financières

- **Relations internationales**

Les étudiants du Master TTJF bénéficient du large réseau d'universités partenaires de la Sorbonne Nouvelle Paris 3 dans le cadre des échanges Erasmus, ou d'autres conventions hors Europe. Chaque année, plusieurs étudiants de M1 valident ainsi un ou deux semestres à l'étranger.

Par ailleurs, outre la convention signée avec l'Université Française d'Égypte (UFE), d'autres accords sont en cours d'élaboration.

La collaboration plus étroite avec Paris 7 est également porteuse de nouvelles synergies en matière d'échanges, avec une mise en commun possible des réseaux de relations internationales dans le domaine de la traduction, comme c'est déjà le cas pour l'UFE.

- **Adossement à la recherche**

Tous les enseignants-chercheurs qui interviennent dans cette spécialité sont rattachés à des équipes de recherche de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (voir liste ci-après), selon leur spécialité. La diversité des champs couverts permet d'insérer l'enseignement de la traduction dans le contexte interculturel et interdisciplinaire indispensable à cette formation.

Au sein de l'ED 268 : Langage et langues : description, théorisation, transmission :

- SYLED (Systèmes Linguistique, Enonciation et Discursivité) EA 2290
- RFC (Recherche sur le Français Contemporain) – EA 1483

Au sein de l'ED 514 – EDEAGE : Etudes anglophones, germanophones et Européennes :

- PRISMES (Langues, textes, Arts et Cultures du Monde Anglophone) EA 4398 et plus particulièrement l'un de ses groupes constitutifs TRACT – Traduction et Communication Transculturelle
- CREW (Center for Research on the English-Speaking World) EA 4399
- CEREG (Centre d'Etudes et de Recherches sur l'Espace Germanophone) EA 4223
- ICEE (Intégration et Coopération dans l'Espace Européen) EA 2291 – enseignants d'économie et de droit.

Au sein de l'ED 122, Europe latine, Amérique latine

- CEAO (Centre des Etudes Arabes et Orientales) EA 1734
- CREC (Centre de Recherche sur l'Espagne Contemporaine) EA 2292
- CERLIMMC (Centre d'Etudes et de Recherche sur la Littérature Italienne Médiévale, Moderne et Contemporaine)

Par ailleurs, le rapprochement avec Paris 7 dans le cadre de la nouvelle structure de mention permet d'envisager un renforcement des collaborations existantes en matière de recherche.

### Spécialité *Négociation Commerciale et Internationale*

- **Crédits ECTS consacrés au stage**

Le stage de fin de parcours obligatoire sur six mois attribue à l'étudiant 6 crédits ECTS car toutes les activités intégrées dans le parcours sont déjà de nature professionnelle. Bien qu'il ne s'agisse pas d'immersion en entreprise, les étudiants sont constamment confrontés à des enseignements assurés par des professionnels ainsi qu'en relation directe avec les entreprises par l'intermédiaire des activités associatives.

- **Soutien administratif**

La spécialité NCI compte depuis 2012 sur le soutien d'une assistante administrative laquelle contribue à l'organisation logistique des enseignements, à la mise en place des concours et à l'interaction avec les étudiants.

- **Relations internationales**

Le temps écoulé entre la rédaction de la proposition à être soumise à l'appréciation du comité d'évaluation de l'AERES et l'appréciation elle-même, n'a visiblement pas permis de tenir compte des autres évolutions par lesquelles passe la spécialité NCI. Outre le fait que les étudiants en M1 bénéficient de nombreuses possibilités d'études à l'étranger via échanges Erasmus (cf. page 35, point 7g de la maquette), d'autres partenariats internationaux ont été créés pour le M2 et sont en place depuis 2012.

- **Le suivi des étudiants diplômés**

Il est réalisé annuellement par la responsable de la spécialité par l'intermédiaire de l'annuaire des anciens. Les exemples d'entreprises dans lesquelles les jeunes diplômés entament et/ou poursuivent leur vie professionnelle (cf. page 37, point 7k de la maquette) attestent la qualité des enseignements de cette spécialité laquelle prépare des professionnels non seulement compétents mais immédiatement opérationnels.

- **Évaluation des enseignements**

Un formulaire d'évaluation des enseignements avait été créé par la responsable de la spécialité lors de sa prise de poste il y a plusieurs années. Il est à présent en cours de mise à jour et sera appliqué à partir de la rentrée prochaine.

- **Le master aujourd'hui et demain**

Le stage obligatoire de six mois compte aujourd'hui pour 6 crédits ECTS, mais pourra passer à 10 ECTS dans la nouvelle maquette sans que cela implique un déséquilibre dans la pondération des matières proposées au sein de la spécialité. Il est aussi à faire remarquer que le stage ne constitue pas la seule activité à caractère professionnel de la spécialité. Les Associations sont totalement intégrées dans le programme et se déroulant tout au long du semestre d'enseignements, comptent bien pour une bonne partie de la relation directe qu'ont les étudiants avec le monde des entreprises. De plus, la responsable de la spécialité NCI est en conversations avec le CFA, organisme qui opère de système d'alternance avec la spécialité GMFA, afin d'offrir la possibilité de faire leurs études en alternance aussi aux étudiant inscrits en NCI.

Relations Internationales

Les partenariats les plus anciens de la spécialité NCI sont avec l'Université Française d'Egypte à un niveau Licence et M1 et avec l'Université Libanaise avec laquelle la responsable de la spécialité NCI à la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 a oeuvré pour la mise en place des M1 et M2 pendant trois ans.

Plus récemment, la responsable a été contactée par l'Université Antonine de Beyrouth afin d'implanter les M1 et M2 NCI dans leur université également. Un accord cadre est en voie de signature. Au même titre que pour le Liban, la responsable a été sollicitée par l'Université de Xi'An en Chine pour la création d'une spécialisation NCI dans leurs université. Ces deux nouveaux partenariats permettront aux étudiants des universités partenaires de suivre la formation aussi bien en France, qu'en Chine ou encore au Liban.

En plus de ces collaborations, la responsable de la spécialité a initié des collaborations avec la Roosevelt University à Chicago, Etats-Unis et avec la Murdoch University à Perth en Australie.

### ***Roosevelt University***

Depuis deux ans la Dean de la Business School de la Roosevelt University vient à Paris assurer des séminaires d'une semaine auprès des étudiants du M2 NCI en contrepartie de quoi, la responsable de la spécialité NCI assure des courts séminaires aux étudiants de la Roosevelt à Chicago une fois par an. De plus, la responsable de la spécialité NCI se déplace pour une semaine avec certains de ses étudiants à Chicago avec un programme composé de cours dans l'université partenaire, de visites en entreprises et de réunions avec les Comité des CCE (Conseillers du Commerce Extérieur) basé à Chicago. En 2013, nous avons été accueillis au sein de l'entreprise Motorola où nous avons bénéficié des présentations d'autres entreprises telles que McDonald's et Thoughtworks. Il s'agit d'une expérience de valeur inestimable pour nos étudiants. En contrepartie, la Dean de la Business School, accompagne ses étudiants pour une visite d'une semaine à Paris, pendant laquelle ils suivent des cours du M2 NCI et interagissent avec nos étudiants.

### ***Murdoch University***

En septembre 2012, nous avons accueilli pour la première fois, un professeur de cette université australienne qui est venue faire un séminaire d'une semaine aux étudiants NCI. En contrepartie, la responsable de la spécialité NCI avait fait un séminaire à Perth en juillet de la même année.

Ces partenariats ont vu le jour grâce à des relations professionnelles entamées par la responsable de la spécialité lors de ces déplacements internationaux pour des conférences scientifiques. Des partenariats avec des universités d'autres pays sont encore en vue et devront se développer dans un

futur proche. Il convient cependant de préciser que la spécialité NCI ne bénéficie d'aucun budget pour le développement international et que ces déplacements sont faits au frais de la responsable de la spécialité et ne sont que le fruit de l'effort fourni par celle-ci.

- **Evaluation des enseignements par les étudiants**

Un formulaire d'évaluation pour chacun des enseignements sera remis en place dès la rentrée 2013.

- **Positionnement de la spécialité NCI**

Le positionnement de l'offre est clair et attire de nombreux candidats chaque année. Nous ne comptons pas loin de 300 candidatures hors M1 NCI à la Sorbonne Nouvelle - Paris 3, venus du monde entier, à partir desquels nous constituons des classes avec des effectifs variant entre 20 et 25 étudiants chaque année. Une telle sélectivité assure la haute qualité des étudiants, lesquels font preuve de maturité, de maîtrise des trois langues requises et d'une forte implication dans leur Master. Leur qualité est la garantie d'une insertion professionnelle immédiate à l'issue du stage de six mois qui tourne autour de 65 – 70% chaque année. La négociation internationale intéresse non seulement les étudiants mais aussi les entreprises et les universités étrangères et c'est pour cette raison que la responsable de la spécialité est souvent invitée à intervenir à l'étranger.

Le taux de réussite était de 90% avant l'implémentation de la politique de compensation des notes établie par l'université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Depuis, le taux de réussite est de 100%.

#### **Pragmatisme**

Le caractère appliqué et pragmatique de la spécialité rend les jeunes diplômés très opérationnels et donc fortement appréciés en entreprise. Ce pragmatisme est issu des cours assurés par les professionnels, mais aussi par les interventions hebdomadaires des CCE et de la pratique des associations à caractère professionnel, lesquelles sont partie intégrante du cursus de la spécialité.

#### **Associations :**

**Horizon 3** – assure la promotion du Master, réalise le CV Book distribué au professionnels et à l'étranger, gère le site internet de la spécialité, organise la cérémonie de remise des diplômes de la promotion précédente, travaille sur la collecte de la taxe d'apprentissage

**Sorbonne Symposium** – organise le colloque annuel du Master 2 NCI autour d'une problématique économique internationale. Chaque année, une cinquantaine d'entreprises de tous secteurs d'activités assistent à ce colloque

**Conférences** – en lien direct avec les CCE, cette association assure le bon déroulement des conférences professionnelles hebdomadaires.

**Sorbonne Conseil** – réalise une étude de marché internationale pour le compte d'une entreprise commanditaire. Cette année l'étude a été conduite sur la France, la Chine et le Moyen Orient

**Partenariats** – assure les relations avec les universités partenaires aussi bien pour les déplacements des professeurs et des étudiants, mais aussi pour les programmes et leurs contenus.

- **Rayonnement du Master NCI en France et à l'international**

Cette spécialité est de plus en plus reconnue aussi bien en France qu'à l'étranger compte tenu de son positionnement trilingue. Les trois enseignements piliers, c'est-à-dire, commerce international, négociation et marketing associés à la pratique de sept langues en plus du français et de l'anglais obligatoire à tous les étudiants, ne laisse aucun interlocuteur indifférent. De plus, tous ceux qui ont déjà côtoyé les étudiants de la spécialité NCI (enseignants, CCE, responsables de stage, participants au colloque) en France et à l'étranger, soulignent leur posture professionnelle.

Compte tenu de ce qui a été décrit au-dessus, il nous est difficile de comprendre les notes B qui ont été attribuées à cette spécialisation. Son projet pédagogique est original et unique car la spécialité NCI est le seul Master 2 trilingue proposant sept langues en plus du français et de l'anglais et formant des négociateurs internationaux de haut niveau. L'insertion professionnelle immédiate à l'issue du stage a franchi les années de crise tout en présentant un taux d'au moins 65%. Il est à noter ici, une incohérence dans les propos de l'AERES dans son évaluation car l'insertion professionnelle est décrite comme l'un des points forts de la spécialité en même temps qu'elle est indiquée comme l'un de ses points faibles, susceptibles d'être améliorés.

Enfin, la qualité reconnue de la spécialité reflète l'implication personnelle et financière de la responsable de la spécialité laquelle pilote son Master 2 avec un savoir-faire et un professionnalisme reconnu aussi bien par les enseignants que par les professionnels, ou encore par les étudiants.



## Spécialité LCAI : Langues, Cultures et Affaires Internationales

- **Equipe d'enseignants-chercheurs**

L'équipe des enseignants-chercheurs intervenant dans le Master, en cours d'élaboration au moment du dépôt du dossier, est appelée à couvrir l'ensemble des aires culturelles et linguistiques concernées dans cette formation, en particulier afin de donner aux étudiants la possibilité de préparer leur inscription en thèse dans la section de CNU de leur choix. Les co-directions de mémoires permettront, grâce à la collaboration avec des enseignants-chercheurs HDR d'autres départements de la Sorbonne Nouvelle ou d'autres établissements, d'assurer un encadrement diversifié et pointu en fonction des sujets de M2, en particulier.

### V.2. Stage de M2

Les étudiants inscrits en M2 qui le souhaitent pourront effectivement mener à bien leur travail de recherche dans le cadre d'un stage au S4, en vue d'une éventuelle inscription en thèse CIFRE. Le sujet de mémoire pourra, dans ce cas, être choisi en concertation avec l'entreprise, mais le stage ne donnera pas lieu à la rédaction d'un rapport de stage additionnel, le mémoire de recherche en tenant lieu.

## Spécialité MCCT : Management Culturel et communication trilingue

- **Définir clairement l'objet des échanges commerciaux**

Il est noté dans le rapport que la spécialité ne définit pas clairement les biens et services culturels qui sont l'objet des échanges commerciaux internationaux.

Les domaines d'activité visés par la formation figurent dans le dossier, notamment dans l'extrait suivant (voir dossier page 68, section 7.b.) :

domaines des **industries culturelles (musées, expositions)**, de la **logistique événementielle internationale** (organisation d'**animations culturelles**), de l'**import export (biens culturels)**, du **marketing international de biens et services culturels**, du **tourisme**.

Etant donné les contraintes imposées dans la rédaction du projet (5 pages maximum par spécialité), il était impossible de décrire dans ce cadre tous les biens et services potentiellement concernés pour la dizaine d'aires culturelles couvertes par la formation. C'est donc une présentation générale des métiers du management culturel qui a été privilégiée.

A toutes fins utiles, voici quelques exemples de biens et services concernés par ces métiers :

- événements culturels à caractère international : concerts, festivals, expositions
- voyages touristiques à contenu culturel
- acquisition de contenus (vidéo, cinéma, internet), négociation de droits dans le domaine de l'édition
- activités culturelles organisées dans le cadre de jumelages, de séjours à but commercial (accueil de cadres dirigeants étrangers) ou d'autres collaborations internationales
- animations culturelles liées aux langues étrangères, en milieu scolaire ou universitaire.
- négociation internationale et transfert de biens culturels .

- **Préciser les objectifs de la formation**

Les objectifs de la formation sont définis de manière explicite dans le dossier - voir page 68, section 7.a.2. :

Les diplômés doivent savoir mettre en œuvre une procédure d'échanges internationaux dans le domaine des biens ou des services culturels :

- recherche de contacts et de débouchés dans le domaine du commerce international des services et des biens culturels
- collecte d'informations économiques et culturelles sur les territoires, les marchés et les partenaires
- analyse de données internationales
- négociation multilingue de contrats dans le domaine culturel : import-export de biens culturels, prestation de services culturels
- mise en œuvre et gestion de projets (y compris événementiels) dans le domaine culturel
- suivi logistique et financier : transport, assurance, organisation, trésorerie
- définition et mise en œuvre de politiques de communication internationale portant sur des événements culturels : rédaction de communiqués, définition de stratégies publicitaires, montage d'opérations de relations publiques.

•

- **Adapter le contenu des enseignements**

Il est fait état dans le rapport d'un manque de précision pour les enseignements, qui se proposent d' « analyser les données culturelles et sociétales des territoires » concernés. Le rapport semble en conclure que les contenus de ces enseignements seraient trop généraux.

Les enseignements prévus sont spécifiquement adaptés aux objectifs de la formation.

Les contraintes de forme et de place citées plus haut ont eu les mêmes conséquences en ce qui concerne le descriptif des enseignements : ni dans le dossier, ni dans les annexes il n'était possible de pouvoir décrire, ou même mentionner, la diversité des cours prévus.

Dans les annexes, par exemple, les tableaux « structure détaillée des enseignements » n'autorisaient que 5 lignes maximum par UE. Or les UEs portant sur les domaines culturels concernent huit combinaisons de langues ; elles ont donc des contenus très différents selon les aires étudiées, qui constituent l'une des particularités de cette formation : Europe Amériques, Europe-Asie et Europe Bassin Méditerranéen. Chacune de ces aires géo-culturelles est caractérisée par des dynamiques à la fois économiques et culturelles spécifiques : par conséquent les étudiants acquièrent à la fois les connaissances techniques liées au management culturel international et à la communication trilingue et les connaissances (socio-économiques et culturelles) propres à l'aire géo-culturelle qu'ils choisissent en fonction de leur combinaison linguistique. Il était impossible de présenter en cinq lignes l'ensemble de ces enseignements, c'est pourquoi il a été recouru à un mode de présentation synthétique.

- **Compléter l'équipe pédagogique, afin de dispenser les connaissances et compétences nécessaires**

Le rapport mentionne que l'équipe manque de spécialistes des biens et services culturels. Parmi les intervenants professionnels, il n'y a aucun expert dans le domaine.

L'équipe présentée dans le dossier est en cours de constitution ; elle comprend les porteurs du projet, les enseignant-chercheurs des équipes auxquelles s'adosse la formation, et un certain nombre de professionnels que nous avons contactés : commissaires d'exposition, commissaires priseurs, négociateurs, responsables de musées et de galeries, logisticiens spécialisés dans le domaine du transfert d'œuvres d'art, responsables d'associations culturelles. La liste des intervenants n'est donc, à ce stade, pas définitive. Il convient de noter que plusieurs professionnels pourront être amenés à intervenir au sein d'une même UE.

En ce qui concerne les tableaux sous la rubrique « structure détaillée des enseignements », il convient de préciser que les enseignants cités dans la première colonne (responsables d'UE) sont des enseignants titulaires pressentis à la date de rédaction du dossier. Cet encadrement par des titulaires est imposé par la réglementation, ce qui ne signifie nullement que les enseignements de ces UE soient tous assurés par ces seuls enseignants-chercheurs. Au contraire, de très nombreux cours seront pris en charge par des spécialistes, notamment en histoire de l'art, et par des professionnels. Certains ont donné un accord de principe, d'autres sont pressentis, et de nombreux contacts sont encore en attente, le dépôt du projet s'étant situé deux ans avant l'ouverture d'une formation.