



8^{ème} colloque international du GEM&L

26 - 28 mars 2014

Toulouse Business School

20 Bd Lascrosses, 31000 TOULOUSE

+33 5 61 29 49 49

Langage et performance de l'entreprise

Language and company performance

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE LA CONFERENCE DES GRANDES ECOLES,
DU CHAPITRE DES ECOLES DE MANAGEMENT, DE LA FNEGE, DE L'EFMD

PROGRAMME



Mercredi 26 mars 2014

- 14h** **Hall Bat. Lascrosses**
Accueil des participants,
Denis LACOSTE, Directeur de la recherche de TBS
Philippe LECOMTE, Président du GEM&L, Professeur à TBS
Dardo DE VECCHI, Président du comité scientifique du GEM&L
- 14h30- 16h30** **Amphi A27**
Mary-Yoko BRANNEN, Professeur de Stratégie, University of Victoria (CND) & INSEAD
Research workshop:
"Things to consider when preparing an article for publication in International Business"

tbs | **RESEARCH CENTRE** | **G E M & L** | **CONFÉRENCE DES GRANDES ÉCOLES**

Séminaire de Recherche
 Mercredi 26 mars 2014 (14.30-16.30)
 Amphi 27

Prof. Mary-Yoko BRANNEN,
University of Victoria (CND) et INSEAD

**"Things to consider when preparing an article
 for publication in International Business"**

www.tbs-education.fr

- 17h** **Salle 311**
Conseil d'administration du GEM&L
- 19h30** **Dîner libre**
Restaurant « Les Arcades » 14, place du capitole

Jeudi 27 mars 2014

- 9h30-10h** **Hall Bat. Lascrosses**
Accueil des participants
- 10h00-10h20** **Amphi A27**
Ouverture du colloque
Jacques IGALENS, Directeur Général de TBS
Philippe LECOMTE, Président du GEM&L
Eric CORNUEL, Directeur Général de l'EFMD
Pierre-Louis DUBOIS, secrétaire Général de la FNEGE
Elisabeth OURLIAC, *Head of Strategy Integration, Vice President, Airbus*
- 10h20-10h40** **Amphi A27**
Allocution de **Xavier CORNU**, *Directeur général adjoint enseignement, recherche et formation de la CCI Paris Ile-de-France*
Les enjeux de l'enseignement des langues dans notre système de formation des futurs dirigeants
- 10h40-11h** **Amphi A27**
Allocution de **Elisabeth OURLIAC**, *Head of Strategy Integration, Vice President, Airbus*
Les défis de l'intégration de la diversité culturelle et professionnelle dans le management d'AIRBUS, entre monolinguisme, multilinguisme et plurilinguisme
- 11h00-11h30** **Salle 322**
Pause-café, rencontre avec les exposants
- 11h30-12h45** **Salle 327**
Table ronde: « Bridging European and Asian Cultures »
Eric CORNUEL, CEO de l'EFMD
Marc RAYNAL, Managing Director de MR International HR
Mary-Yoko BRANNEN, Professeur, University of Victoria (CND) et INSEAD
Nicolas BONLEUX, Liebherr Aerospace
Kenny CAFFERKEY, Universiti Tun Abdul Razak, Malaysia
Julie WANG, Directrice de France Chine innovation
Modérateur: Betty **BEELER**
- 12h45-13h15** **Ateliers Innovations pédagogiques :**
Implications pédagogiques de la problématique des langues dans l'entreprise

Salle 311	salle 328	salle 330	salle 331
Marie-Catherine IDIART Le binôme école/entreprise dans la conception d'études de cas : état des lieux et perspectives.	Corinne MEASSON Retour d'expérience sur la synergie cours/entreprise dans le cadre d'un cours de Français Langue Etrangère	Christian TREMBLAY Plurilinguisme et management interculturel : Une stratégie européenne ?	Jennifer TAKHAR Embracing a soft power approach to teaching 'Corporate India.'

13h15-14h45 Salle 322 Cocktail déjeunatoire

Communications	Salle 330 Président de séance: Betty BEELER	salle 327 Président de séance: Mary-Yoko BRANNEN
14h45-15h15	Patchareerat YANAPRASART Multilingual solutions" : a strategic issue for the performance of companies	Güldem KARAMUSTAFA, Susan C. SCHNEIDER, Jeff D.DAVIS Exploring the dynamics during M&A integration process: the role of language
15h15-15h45	Jérôme SAULIÈRE Les langues, une ressource pour l'entreprise : ébauche d'un modèle de gestion de la compétence linguistique	Leena LOUHIALA-SALMINEN, Anne KANKAANRANTA Strategic communication in a Finnish -Russian MNE: the role of language?

15h45-16h15 Salle 322 Pause-café

Communications	Salle 330 Président de séance: Betty BEELER	salle 327 Président de séance: Mary-Yoko BRANNEN
16h15-16h45	Marcello RUSSO, Burak KOYUNCU Non-native accent and career advancement: When does a non-native accent stigmatize foreign talent?	Amy CHURCH-MOREL Multilingualism as Language Diversity: What kind of diversity is it and what are the implications for research and language management and performance?
16h45-17h15		Natalie WILMOT Language Diversity in SMEs' International Supply Chain Relationships: A New Approach to Managing Performance

17h30-18h30 Amphi A27
Assemblée Générale du GEM&L
20h Dîner libre
Restaurant « Chez Fazoul », 2 rue Tolosane

Vendredi 28 mars 2014

- 9h00** **Hall Bat. Lascrosses**
- Accueil des participants
- 9h15-10h15** **Amphi A27**
- Conférence de Susanne TIETZE**, Professor of Management Keele University, Keele Management School, UK
Exploring Company Performance from a Language Perspective: Evidence from Research and Future Research Directions.
- 10h15-11h45** **Salle 327**
- Table ronde entreprises : « L'impact des langues sur la performance des entreprises »**
Magdalena TEISSANDIER, Responsable développement international, CCI Toulouse
David DUFOUR, Responsable des ventes internationales, Kuehne + Nagel Road
Louis Claude VRIGNAUD, Continental Automotive France SAS
Alain JARRE, PDG de Recif Technologies
Thierry FAYSSE, Directeur site Toulouse, Ferchau Engineering SARL
Nicolas BONLEUX, Liebherr Aerospace
Cécile LOYER, Cambridge English Language Assessment
Modérateur : **Philippe LECOMTE**
- 11h45-12h15** **Cafeteria ; Pause-café et rencontre avec les exposants**
- 12h15-13h15** **Ateliers innovations pédagogiques :**

Salle 321	salle 322	salle 330
Hanna TROJANOWSKA The influence on performance of the style of language used in an organization, using the examples of the Polish tabloid newspapers 'Fakt' and 'Super Express'	Jane KASSIS-HENDERSON & Linda COHEN Rethinking the notion of 'effective communication' for the multilingual work environment: developing the model of diversity-driven communication and implications for the classroom	Terry MUGHAN Towards a 'language-general' framework in IB: some theoretical roots and initial content

13h15-14h30 Cafétaria ; cocktail déjeunatoire

Communications	Salle 321 Président de séance : J. KASSIS-HENDERSON	Salle 327 Président de séance : D. DE VECCHI
14h30-15h00	Peter DALY, Dennis DAVY Multidimensional Analysis of the Rhetorical and Linguistic Features of the Entrepreneurial Pitch	Christophe BENAROYA, Christine FEVRE-PERNET Le <i>naming</i> : facilitateur de management de grands projets industriels ?
15h00-15h30	Geneviève TREGUER-FELTEN Et s'il fallait plus qu'une langue commune pour se comprendre ?	Kouakou KOUAME Francophonie africaine et performance des entreprises : le cas de l'usage des langues nationales dans l'accueil client dans le secteur microfinancier ivoirien, un démenti à l'exoglossie ?

15h30-16h00 Cafétaria Pause-café

6

Communications	Salle 321	salle 327
16h00-16h30	Pascal ETZOL Language, organizational culture and power	Carolina FRANCO-ARROYAVE, Juan Carlos DIAZ VASQUEZ Internationalization of the Language Industry
16h30-17h00	Alexandra HULL, Alison McCHEYNE, Sarah TIRARD Créativité, Collaboration, Communication : Toulouse Student-run Inter-schools Debating	Aymene ZERMANE Terminologie du domaine du commerce électronique

17h15-17h30 **Grand Amphi**
Bilan et clôture du séminaire,
Philippe LECOMTE, Président du GEM&L

20h **Diner libre**
Restaurant « S'OLIA, La table du Pôvre Yves », 30 Bd Maréchal Leclerc

Samedi 29 mars 2014

Visite de la chaîne de montage de l'AIRBUS A380

Visit of the A380 assembly chain

- 09h45** Départ du bus (face à Toulouse Business School)
- 10h30** Arrivée sur le site d'AIRBUS
- 12h00** Retour à Toulouse
Trajet Blagnac – Toulouse : environ 20 minutes





8^{ème} colloque international du GEM&L

26 - 28 mars 2014

Toulouse Business School

Comité consultatif / Advisory board

Mary-Yoko Brannen,	Gustavson School of Business, University of Victoria
Josiane Boutet,	Université Paris Diderot – EILA, France
Sylvie Chevrier,	Université Paris-Est, France
Bernard Cova,	Kedge Business School, France
Dardo de Vecchi,	Kedge Business School, France
Geneviève Felten,	CNRS, France
John Humbley,	Université Paris Diderot – EILA, France
Helena Karjalainen,	EM-Normandie, France
Leena Louhiala-Salminen,	Aalto University School of Business, Finlande
Ulrike Mayrhofer,	Université Lyon 3, France
Terry Mughan,	University of Victoria, Canada
Yvon Pesqueux	CNAM, France
Susan Schneider,	Université de Genève, Suisse
François Silva,	CNAM, Dicen, France
Mette Zølner,	Copenhagen Business School, Danemark

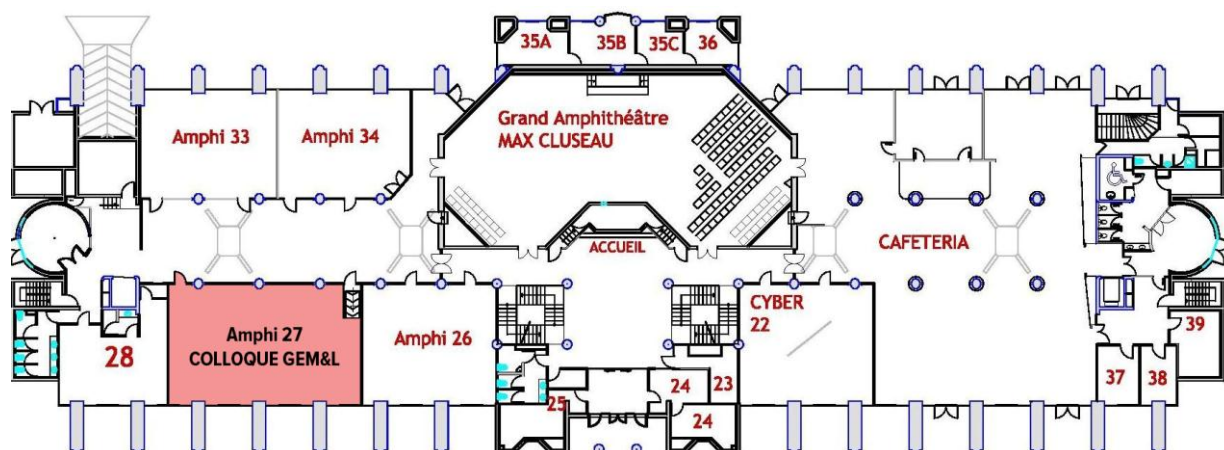
Comité d'organisation / Organisation Committee

Philippe LECOMTE p.lecomte@tbs-education.fr HP : 06 62 38 49 13	Président du GEM&L et Professeur affilié à TBS
Linda COHEN lcohen@escpeurope.eu	Trésorière du GEM&L et Professeur à l'ESCP Europe
Laurence DANJOU l.danjou@tbs-education.fr Tel : 05 61 29 48 90	Assistante Administrative Service Recherche à TBS
Dardo de Vecchi dardo.devecchi@kedgebs.com	Président du comité scientifique du GEM&L

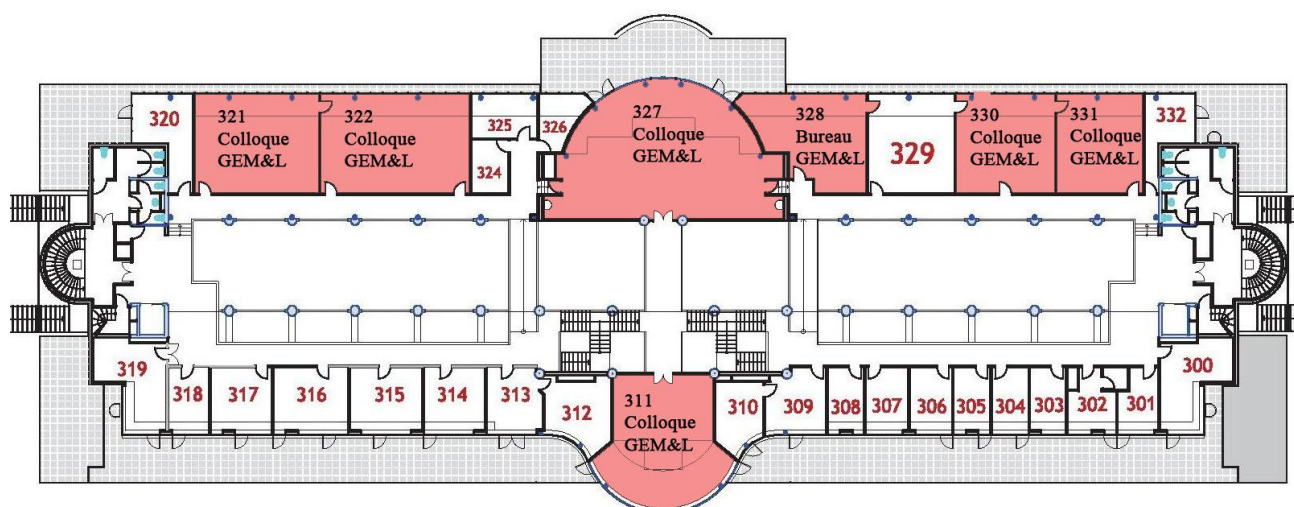
8^{ème} Colloque International du GEM&L

Toulouse Business School – Bâtiment Lascrosses

Rez de Chaussée /



3^{ème} étage / 3rd Floor



8ème colloque International du GEM&L

Toulouse, 26, 27 et 28 mars 2014

General Information

TAXIS

Capitole Taxis	05 34 25 02 50
Taxi Radio toulousain	05 61 42 38 38
Allo Taxi 31	05 62 21 20 00



DOCTORS (in the area)

Dr Claude LABAT	05 61 21 37 36
SOS Medecins	05 61 33 00 00

Conference Rooms:

Amphi 27 (First Floor)	Plenary panel introduction
Grand Amphi (First Floor)	Plenary closing session
Room 327 (Third Floor)	Round tables
Room 321, 322, 330, 331, 311, 328 (Third floor)	Presentations

Coffee break & Lunch Cocktail

Room 322 : Thursday 27th March

Cafeteria : Friday 28th March

(Access with badge only)





8^{ème} colloque international du GEM&L

26 - 28 mars 2014

Toulouse Business School

Les dîners du colloque...

Wednesday 26 March – 8:00 PM

Restaurant : BRASSERIE DES ARCADES

14 Place du Capitole

31000 TOULOUSE

Tél. : 05 34 44 15 20

Métro : Capitole



Thursday 27 March – 8:00 PM

Restaurant CHEZ FAZOUL

2 rue Tolosane

31000 TOULOUSE

Tél. : 05 61 53 72 09

Métro : Carmes



Friday 28 March – 8:00 PM

Restaurant S'OLIA, La table du Pôvre Yves

30 Bd Maréchal Leclerc –

31000 Toulouse

Tél : 05 61 12 29 30

Face à TBS



Note : Chaque convive règle directement son repas au restaurant.

Each guest is responsible for the cost of his/her meal

Liste des participants / List of participants

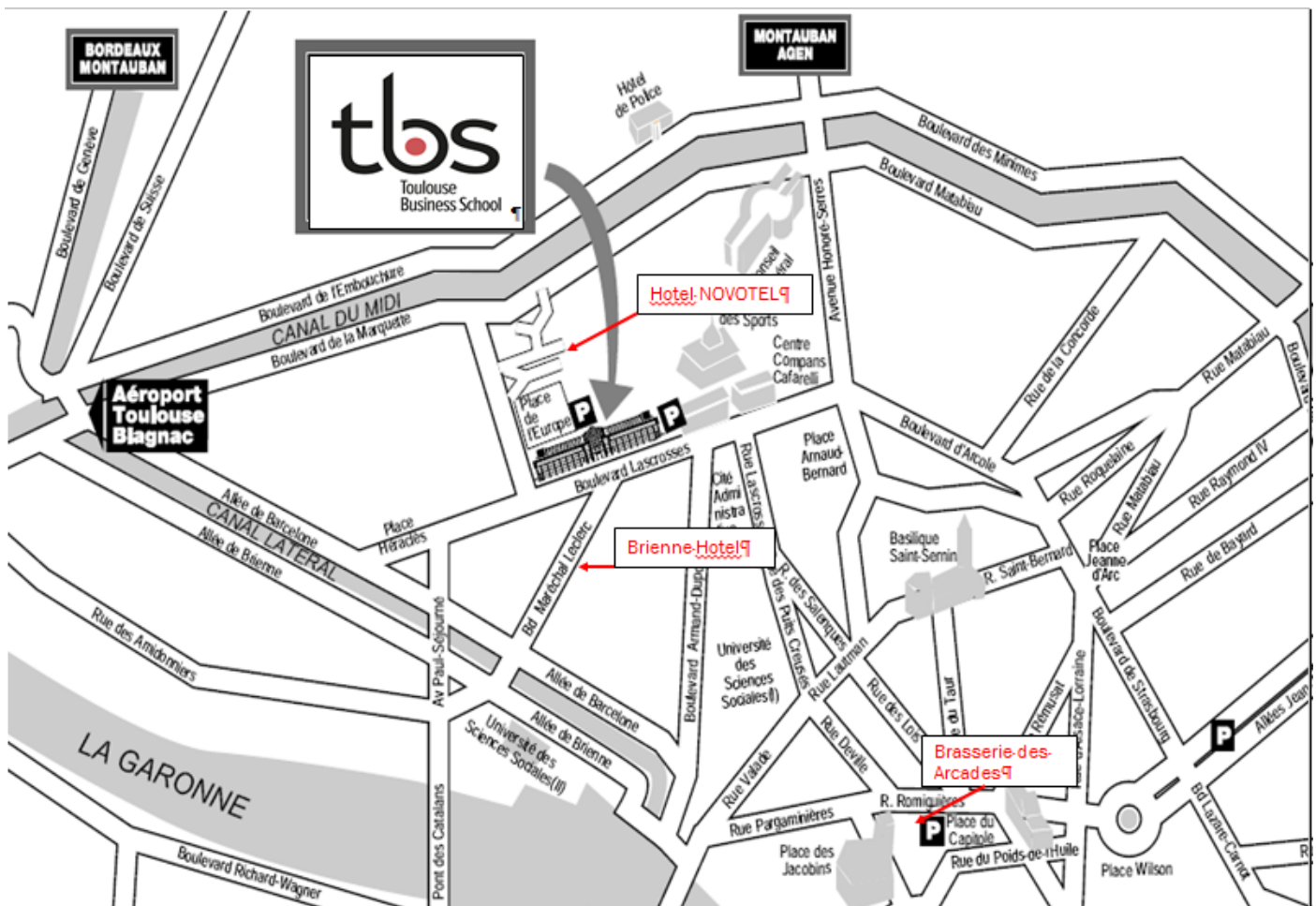
1	AL ARISS Akram	TBS	a.alariss@tbs-education.fr
2	BARZANTNY Cordula	TBS	c.barzantny@tbs-education.fr
3	BEELEER Betty	ESC St Etienne	betty_beeleer@esc-saint-etienne.fr
4	BENAROYA Christophe	Toulouse Business School	c.benaroya@tbs-education.fr
5	BONLEUX Nicolas	Liebherr Aerospace	nicolas.bonleux@liebherr.com
6	BRANNEN Mary-Yoko	University of Victoria (CND) et INSEAD	maryyoko@uvic.ca
7	CAFFERKY Kenny	Universiti Tun Abdul Razak, Malaysia	cafferkey@unirazak.edu.my
8	CASEAU Cornelia	ESC Dijon	cornelia.caseau@escdijon.eu
9	CHURCH-MOREL Amy	IAE Savoie Mont Blanc	amy.church-morel@univ-savoie.fr
10	CLOUET Louis-Marie	ISIT Paris	l.m.clouet@isit-paris.fr
11	COHEN Linda	ESCP Europe	lcohen@escpeurope.eu
12	CORNU Xavier	Recherche & Formation CCI Paris Ile de France	xcornu@cci-paris-idf.fr
13	CORNUEL Eric	Directeur Général de l'EFMD	eric.cornuel@efmd.org
14	DALY Peter	EDHEC Business School	peter.daly@edhec.edu
15	D'ARMAGNAC Sophie	TBS	s.darmagnac@tbs-education.fr
16	DAVY Dennis	EDHEC Business School	dennis.davy@edhec.edu
17	DE VECCHI Dardo	Kedge Business School	dardomario.devecchi@kedgebs.com
18	DIAZ VASQUEZ Juan Carlos	Universidad EAFIT	jdiazva@eafit.edu.co
19	DUBOIS Pierre-Louis	Secrétaire Général FNEGE	duboispierrel@fnege.fr
20	DUFOUR David	Kuehne + Nagel Road	david.dufour@kuhne-nagel.com
21	ETZOL Pascal	EDC Paris Business School	pascal.etzol@edcparis.edu
22	FAYSSE Thierry	Ferchau Engineering SARL	thierry.faysse@ferchau.de
23	FEVRE-PERNET Christine	Université Reims Champagne Ardenne	christine.pernet@gmail.com
24	FORMICA Mario	Société ATR	mario.formica@atr.fr
25	GARDY Philippe	Université de Laval	philippe.gardy@gmail.com
26	HULL Alexandra	ENSEEIH	hull@enseeih.fr
27	IDIART Marie-Catherine	CCI Paris	midtart@optipeda.fr
28	IGALENS Jacques	Toulouse Business School	j.igalens@tbs-education.fr
29	JARRE Alain	PDG Recif Technologies	alain.jarre@recif.com
30	KANKAANRANTA Anne	Aalto University School of Business, Finlande	anne.kankaanranta@aalto.fi
31	KASSIS-HENDERSON Jane	ESCP Europe	jkassis@escpeurope.eu
32	KIEFER Gudrun	EM Lyon	kiefer@em-lyon.com
33	KOUAME Kouakou	Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte-d'Ivoire	rassou07@yahoo.fr
34	LACOSTE Denis	Toulouse Business School	d.lacoste@tbs-education.fr
35	LECOMTE Philippe	GEM&L et TBS	p.lecomte@tbs-education.fr
36	LEFEBVRE Emmanuel	Telelangues	elefebvre@telelangue.com
37	LEJUSTE Deborah	Etudiante Executive MBA à TBS	deborah.lejuste@free.fr
38	LOUHIALA-SALMINEN Leena	Aalto University School of Business, Finlande	leena.louhiala-salminen@aalto.fi
39	LOYER Cécile	Cambridge University press	loyer.c@cambridgeenglish.fr
40	MACHARD Didier	Président TBS Alumni	d.machard@tbs-education.fr
41	MEASSON Corinne	ESC Saint Etienne	corinne_measson@esc-saint-etienne.fr

42	MUGHAN Terry	University of Victoria	terrermughan@icloud.com
43	OURLIAC Elisabeth	Vice President Airbus	elisabeth.ourliac@airbus.com
44	PAWLYSZYN Bohdan	IESEG	b.pawlyszyn@ieseg.fr
45	PEZIN Frederic	TELEVIC	f.pezin@televic.com
46	PLEUTRET Joël	Groupe ESC Troyes	joel.pleutret@groupe-esc-troyes.com
47	RAYNAL Marc	Managing Director Mr International HR	marc.raynal@yahoo.fr
48	RIOM Bibiana	IESEG	b.riom@ieseg.fr
49	RUSSO Marcello	Kedge Business School	mrs@rouenbs.fr
50	SAULIERE Jérôme	IAE Paris	jerome.sauliere@mines.org
51	SCHNEIDER Susan Carol	Université de Genève	susan.schneider@unige.ch
52	SURRIDGE Keith	ESSEC Business School	surridge@essec.fr
53	TAKHAR Jennifer	NOVENCIA	jtakhar@novancia.fr
54	TEISSANDIER Magdalena	Dével. International CCI Toulouse	magdalena.teissandier@midi-pyrenees.cci.fr
55	TIETZE Susanne	Keele Management School (UK)	s.tietze@keele.ac.uk
56	TIRARD Sarah	Toulouse Business School	s.tirard@tbs-education.fr
57	TREGUER-FELTEN Geneviève	Université Paris 3 Sorbonne	genfelten@yahoo.fr
58	TREMBLAY Christian	Observatoire Européen du Plurilinguisme	ctremblay@neuf.fr
59	TROJANOWSKA Hanna	Siedlee University (Poland)	hannamagdalena@wp.pl
60	VIGIER Mary	FBS Campus Clermont	mary.vigier@france-bs.com
61	VRIGNAUD Louis Claude	Continental Automotive France SAS	Louis-Claude.Vrignaud@continental-corporation.com
62	WANG Julie	France Chine Innovation	julie.wang@fcinnovation.com
63	WHEAL Paul	EMSE Ecole des Mines Saint Etienne	wheal@emse.fr
64	WILMOT Natalie	Sheffield Hallam University	n.wilmot@shu.ac.uk
65	YANAPRASART Patchareerat	Universities of Geneva/Lausanne	p.yanaprasart@unibas.ch
66	ZERMANE Aymene		aymene.zermane@gmail.com

26 - 28 mars 2014

Toulouse Business School

Plan du quartier / Area Map



Le mot du président du GEM&L

Langage et performance de l'entreprise, tel est le thème du 8^{ème} colloque international du GEM&L. S'il est vrai que le langage, outil de communication des hommes qui s'expriment dans l'extrême diversité des langues naturelles est un objet complexe, la performance de l'entreprise représente aussi pour le chercheur un formidable défi et les responsables du monde professionnel la mettent de plus en plus en rapport avec l'efficacité de leurs modes de communication linguistiques. C'est d'ailleurs l'objectif du GEM&L de réaffirmer sans cesse le lien fondamental entre la recherche académique, la formation des managers et le terrain professionnel. A en juger par la réflexion suscitée auprès des auteurs des communications de ce colloque, nous pensons avoir fait un choix judicieux, tout en mesurant le parcours qui reste à accomplir pour développer une démarche scientifique homogène dans cette sous-discipline des sciences de gestion. Restons modestes et poursuivons cet effort d'exploration de la boîte noire que constituent le langage et son usage dans les entreprises mondialisées et les PME internationales, et en leur sein les myriades d'équipes multiculturelles qui contribuent à améliorer cette performance.

Nous avons aussi voulu cette année mettre l'accent sur les changements géopolitiques de la planète lors de ces dernières décennies, avec l'émergence de la zone Asie-Pacifique, comme l'un des pôles économiques majeurs depuis la fin de la bipolarisation issue de la Seconde Guerre mondiale. C'est pourquoi nous avons programmé cette table ronde sur le rapprochement des cultures européennes et asiatiques.

Je voudrais remercier Jacques IGALENS, directeur de Toulouse Business School, d'avoir accepté d'héberger ce colloque, Pierre-Louis DUBOIS, Secrétaire Général de la FNEGE, Eric CORNUEL, Directeur de l'EFMD, Xavier CORNU, Directeur adjoint, enseignement, recherche et formation de la CCI Paris-Ile de France et Elisabeth OURLIAC, Head of Strategy Integration, Vice-Présidente de Airbus, Denis LACOSTE, Directeur de la recherche à Toulouse Business School, de nous honorer de leur présence à l'ouverture de ce colloque. Nous remercions également nos parrains la CGE, l'EFMD, la FNEGE et les sponsors de cette manifestation, TBS, l'EFMD, la société ATR, les sociétés TELEVIC et VODALYS, TBS Alumni, la CCI Midi-Pyrénées et « Centre for Asia Pacific Initiatives at the University of Victoria » pour leur soutien financier. Merci également à Mary-Yoko BRANNEN, professeur de stratégie à l'INSEAD et à l'Université de VICTORIA (CDN) et à Susanne TIETZE, Professeur de management à KEELE Management School (GB) d'avoir accepté respectivement d'animer un atelier de recherche et de prononcer une conférence sur la performance de l'entreprise en lien avec le langage. Enfin merci aussi à tous les professionnels intervenants sur les tables rondes, aux exposants, aux auteurs de communications et d'ateliers qui vont animer ces deux jours et demi de travaux. A tous, bon colloque !

Philippe Lecomte
Président du GEM&L
Professeur à Toulouse Business School

Welcome to the 8th international GEM&L conference, dedicated this year to the theme of language and company performance. While the complexity of the study of language as a tool for communicating in an impressive diversity of natural tongues is widely recognized, more and more scholars and managers are becoming aware of the importance of - and challenges involved in - understanding how language impacts company performance. Within this context, the goal of GEM&L is to reaffirm the fundamental link between academic research, management education, and the professional world. Although we realize that much still needs to be done to firmly establish our subtheme in the academic landscape of management research, we feel that the stimulating findings reported by the authors of the papers that will be presented at this conference confirm that we are on the right path. For the moment, let's humbly pursue our exploration of the "black box" of language and language use in international companies and small businesses, as well as within the countless multicultural teams which contribute to company performance.

This year we also wanted to highlight the geopolitical changes in the world in the past few decades, with the emergence of the Asia-Pacific zone as one of the major economic poles following the end of the "bipolar" era that grew out of the Second World War. For this reason we have organized a roundtable discussion on "Bridging the European and Asian Cultures".

I would like to thank Jacques IGALENS, Director of Toulouse Business School, for accepting to host this conference, Pierre-Louis DUBOIS, General Secretary of the FNEGE, Eric CORNUEL, Director of the EFMD, Xavier CORNU, Deputy Director for Teaching, Research and Training at the Chamber of Commerce of Paris-Ile de France and Elisabeth OURLIAC, Head of Strategy Integration, Vice-President of Airbus, Denis LACOSTE, Director of Research at Toulouse Business School, for honoring us with their presence at the opening of this conference. We would also like to thank our institutional partners, the CGE, the EFMD, the FNEGE and the sponsors of this event, TBS, the EFMD, the companies ATR, TELEVIC et VODALYS, the TBS Alumni, the Chamber of Commerce of Midi-Pyrénées and the « Centre for Asia Pacific Initiatives at the University of Victoria » for their financial support. We are also grateful to Mary-Yoko BRANNEN, Professor of strategy at INSEAD and at the University of VICTORIA (Canada) for accepting to lead a research workshop, and to Susanne TIETZE, Professor of management at KEELE Management School (GB) for accepting to give a talk on the link between the performance of companies and language. Finally, we thank all the professionals who will participate in the roundtable discussions, the exhibitors, and those who will present papers and lead workshops during the next two and half days. We wish you all a rich and productive conference!

Philippe Lecomte

President of the GEM&L

Associate professor at Toulouse Business School

La place du langage dans les organisations n'est désormais plus discutable. Il s'agit dès lors d'observer de manière systématique le rapport du langage aux différents secteurs de l'entreprise et des organisations ce qui est en soi un programme très vaste. Après une exploration sur la construction du sens (2011) le langage et la communication dans le management international (2012) et l'identité le langage et les cultures d'entreprise (2013), le GEM&L interroge cette année le rapport entre performance et langage. Cette mise en rapport qui permet plusieurs angles d'approche ne va pas de soi. En faisant écho à la notion polymorphe de ressource, la performance peut aussi montrer de multiples facettes : humaine, financière, productive, de recherche...

Cette année les communications témoignent d'une variété et d'une richesse de thématiques qui participent toutes *in fine* à la performance de l'entreprise : la solution multilingue comme un facteur stratégique, l'accent étranger comme élément stigmatisant chez les talents étrangers, le modèle de gestion de la compétence linguistique, le terrain des fusions-acquisitions et le rôle du langage dans une multinationale finno-russe.

Dans la suite du GEM&L 2013 la diversité et la performance sont explorées ainsi que la *supply chain*. La langue elle-même est observée dans ses formes rhétoriques ou encore à travers le *naming*. Sortant des terrains habituels, la place des langues africaines dans la microfinance est un objet d'étude. La place de l'industrie linguistique, la terminologie - incontournables dans une véritable politique linguistique de l'entreprise- et le pouvoir associé à la culture complètent heureusement les interrogations du GEM&L. Loin d'être épuisées, ces interrogations montrent que les fonctions du langage dans les organisations ne sont pas limitées à la communication, mais qu'elles concernent aussi l'identité, les tensions des acteurs et leurs connaissances actives.

Les auteurs nous montrent que toutes ces thématiques sont des indicateurs de la performance de l'entreprise car le langage est présent au travail quotidien où que ce soit dans la pyramide hiérarchique et dans toute pratique managériale.

Dardo de Vecchi
Président du Conseil scientifique du GEM&L
Professeur à Kedge Business School

The role played by language in organisations has now been recognized. Undertaking a systematic study of this role as it affects different aspects of companies and organisations in general, is a vast enterprise. After exploring sense-making (2011), language and communication in international management (2012) and identity, language and company cultures (2013), this year GEM&L is investigating the link between performance and language. This topic is complex and can be approached from different angles. As is the case with the polymorphous notion of resource, performance is also multi-faceted, involving as it does human, financial, production, and knowledge aspects...

The conference papers this year cover a wide range of themes connected with the notion of company performance: the multilingual solution as a strategic factor; foreign accent as a stigmatising element for foreign talent; a management model for language competence; the case of mergers and acquisitions and the role of language in a Finnish-Russian multinational.

In addition, last year's GEM&L conference theme, diversity, is investigated in relation to performance, as is the supply chain. Some papers deal with rhetorical aspects of language, including the notion of 'naming.' One contribution ventures into new territory when dealing with the place of African languages in microfinance. Finally, other topics include the place of the language industry, of terminology, - an essential element in company language policy - and the theme of power associated with language and culture. All in all, the different areas of investigation covered in the conference show that the functions of language in organisations are not limited to communication, they also concern identity, the tensions between actors and many other factors.

These various contributions show that all the above themes are indicators of company performance as language is omnipresent in the day-to-day functioning of the organisation at all levels of the hierarchy and in all management practices.

Dardo de Vecchi
President of the scientific committee of the GEM&L
Associate professor at Kedge Business School

Susanne TIETZE

Keele Management School, Keele University, UK

s.tietze@keele.ac.uk

Exploring company performance from a language perspective: evidence from research and future research directions

Chers collègues du Groupe d'Etudes de Management et Langage

Je voudrais commencer en vous adressant en français, au moins pendant un petit moment, avec mon français scolaire. Je changerai à notre lingua franca partagée, c'est-à-dire, l'anglais, lorsque je commence la partie académique de cette présentation.

Premièrement, je voudrais remercier Philippe Lecomte pour cette invitation à partager mes pensées avec vous à ce huitième colloque.

Il y a longtemps que je m'intéresse aux langages et discours. Par exemple, ma première idée pour mon PhD était d'examiner pourquoi il semblait être si dur pour un Allemand, qui parle aussi anglais avec fluidité, de fonctionner effectivement dans un contexte de travail anglais.

Bien, aujourd'hui je théorise ces difficultés comme linguistiques, culturelles et politiques de nature, c'est-à-dire des aspects de la vie organisationnelle au travers desquelles on parle les entreprises en existence.

Bien sûr, parler et croire dans une certaine langue est beaucoup plus qu'utiliser un système linguistique différent; communiquer dans une langue différente signifie effectuer le monde d'une perspective différente.

Je n'ai jamais écrit cette thèse de doctorat parce qu'elle a été rejetée par le comité de doctorat pour ne pas avoir d'intérêt pour le monde de management et organisation, et aussi d'être au dehors des traditions théorétiques « correctes » et en général, être trop obscur.

C'était en mil neuf cent quatre-vingt-quinze, et heureusement, les choses ont changé et d'ailleurs oui j'ai écrit un PhD sur discours et le changement organisationnel, mais je n'ai pas inclus la langue.

Depuis cette époque j'ai déménagé et j'ai découvert le langage encore une fois et le thème de commerce et management international aussi se réveille lentement à la réalité que le monde est un endroit multilingue et que l'utilisation de l'anglais a des bénéfices, mais aussi pas tout puissant, et que l'utilisation sans réfléchir reste problématique.

Au cours des prochaines quarante minutes, je vais reporter sur l'état d'avancement du thème de commerce et management international surtout, et expliquer comment les langues font et effectuent les entreprises internationales.

20

Permettez-moi de continuer en anglais...



Voir le contenu de cette conférence dans document pdf joint sur clé USB et sur le site du GEM&L

RESEARCH WORKSHOP

Mary Yoko BRANNEN
University of Victoria (CND) & INSEAD
maryyoko@uvic.ca

Things to consider when preparing an article for publication in International Business

Abstract: Publishing international business research that is insightful, innovative and impactful is a challenge in any language. The Journal of International Business Studies (JIBS) acknowledges this and, as the leading journal in international business, strives to encourage the development of cross-cutting interdisciplinary concepts, theories and ideas from scholars from all language backgrounds. To this end, in this seminar, Professor Brannen will address the key issues to consider when preparing an article for publication in international business.

COMMUNICATIONS ACADEMIQUES

Patchareerat YANAPRASART
Universités de Genève et Bâle
p.yanaprasart@unibas.ch

« Solutions multilingues » : un enjeu stratégique pour la performance de l'entreprise

Résumé

Au cours de ces dernières années, la politique de l'économie mondiale a été fortement orientée vers une main d'œuvre diversifiée. La diversité organisationnelle a été ainsi de plus en plus remarquée dans le monde du travail. Cet article s'intéresse à des conditions dans lesquelles une telle diversité recherchée constitue ou constituerait « une plus-value », un « model de succès », à l'ère de la mondialisation, à la performance de l'entreprise. Afin de faciliter la mobilité de cette main d'œuvre, européenne par exemple, et pour éliminer ce qui est considéré comme « des barrières linguistiques » entre les citoyens, il s'avère nécessaire, selon l'Union européenne, d'améliorer les compétences linguistiques individuelles en langues étrangères. L'éloge de la diversité linguistique comme un levier essentiel pour la croissance économique, est ainsi récurrent dans les discours politiques de l'UE. Or, la plus-value de la diversité linguistique pour les entreprises est rarement mentionnée comme une caractéristique de la diversité. Le facteur linguistique est rarement conceptualisé, voire systématisé comme un élément crucial pour la performance d'équipes hétérogènes. L'objectif de cet article sera d'intégrer la diversité linguistique dans la réflexion sur l'impact de la diversité sur la performance de l'entreprise.

Mots clés : diversité (linguistique), multilinguisme institutionnel, répertoires plurilingues, philosophie de gestion de la diversité, mesures de gestion, impact, performance de l'entreprise

Marcello RUSSO
KEDGE Business School
marcello.russo@kedgebs.com

Burak Koyuncu
NEOMA Business School
burak.koyuncu@neoma-bs.fr

Non-native accent and career advancement: When does a non-native accent stigmatize foreign talent?

Abstract

A recent report by the United Nations (2010) highlighted that more than 214 million people live and work in a country different from their native one. Foreign employees' ability in the language of a host country and their non-native accents create some of the most salient challenges they experience at work, due to the biases associated to being a non-native speaker. However, despite the growing importance of integrating foreign employees into the workforce, our understanding about the role of those employees' non-native accent on their careers has been limited. In this paper, we present a theoretical framework, which aims to address the repercussions that talented foreign employees might experience due to their non-native accent, and explain when and how having a non-native accent can represent a stigmatizing condition for talented foreign employees. Building on stigma theory and stereotype threat literature, we first describe the stigmatization process that non-native speakers experience due to their accent. We identify two main characteristics – i.e., the foreign employee's accent strength and the level of ethnocentrism of the organization – that can influence when and how a non-native accent represents a stigma for a talented foreign employee's career advancement. Then, we explore the multiple level factors that moderate the degree of stigma attached to a foreign employee's non-native accent.

Keywords: non-native accent; career; talented workers; stereotype threat; stigma.

Juan Carlos DÍAZ VÁSQUEZ
 Universidad EAFIT.
 jdiazva@eafit.edu.co

Carolina FRANCO-ARROYAVE
 Universidad EAFIT.
 cfranco3@eafit.edu.co

Internationalization of the Language Industry.

Résumé

Depuis une vingtaine d'année l'internationalisation des services attire de plus en plus l'attention des chercheurs; cependant, malgré les caractéristiques intéressantes propres à ce secteur, peu de recherches y furent consacrées, particulièrement en Amérique Latine où les services sont caractérisés par un fort niveau d'informalité. Grâce à une enquête en cours dans les principales villes Colombiennes (Bogota, Medellin et Cali), cet article met en évidence l'état actuel de l'industrie du service de ce pays comme une référence pour l'Amérique Latine. Il analyse la structure, les motivations et stratégies utilisées par les entreprises de l'industrie linguistique pour leur processus d'internationalisation tout en tenant compte de ces spécificités qui la différencient des autres secteurs. Grâce aux résultats espérés de l'enquête nous souhaitons proposer des stratégies qui conviennent aux besoins d'expansion de cette industrie en supportant l'internalisation d'entreprises d'autres secteurs ou en internationalisant l'industrie elle même en temps qu'acteur important de l'économie.

Mots clés : Industrie Linguistique; Stratégies d'internationalisation ; La Colombie et L'Amérique Latine ; Internationalisation des services ; Gestion terminologique

Abstract

The internationalization of services has increasingly caught the attention of scholars in the past decades; however despite the particularities this sector poses we found that little research has been conducted about the Language Industry, especially in Latin America where high levels of informality have characterized the industry. Through an ongoing survey to firms of this industry in three main Colombian cities (Bogota, Medellin and Cali), this papers intends to highlight the current state of the industry in Colombia as an insight for Latin America and analyzes the structure, motivations and strategies used by firms in the Language Industry in their internationalization process, taking into account the specificities intrinsic to the industry which differentiates its process from industries in other sectors. Based on the results of the survey we intend to propose internationalization strategies that suit the needs of the industry to expand abroad both as the support for the internationalization of other sectors as the internationalization of the industry as an important international player.

Key words: Language Industry; Internationalization Strategies; Colombia-Latin America; Internationalization of Services

Language, organizational culture and power

Abstract

The following article outlines how the introduction of a new corporate language, namely English, by organizational leaders created a new organizational culture, which changed power within the organization. In one case studied in 2005, new work practices were adopted and became the norm whereas in the other, after 2 years of implementation, the introduction of English changed “how things were done” but social actors rejected the leadership in place. In both cases different ways of working appeared and new values, which formed a different organizational culture, emerged. The balance of power between individuals that were fluent in English or almost bilingual and those who were not, changed in both cases as well.

Key words: English- language- organizational culture-practices- bilingual-power

Multilingualism as Language Diversity: What kind of diversity is it and what are the implications for research on language management and performance?

Abstract

Multinational companies have been described as communities which are inherently multilingual. In recent years, international management research has focused specific attention on the ways in which this characteristic affects teams and organizations, significantly influencing communication and knowledge-sharing, group dynamics, and power relations. ‘Multilingualism’ at the group or organizational level is referred to synonymously as ‘language diversity,’ a term that carries with it a reference to literature on diversity, a considerable body of work in strategic management and human resources, not to mention other disciplines.

In diversity literature, language diversity is referred to only marginally in comparison with other kinds of diversity such as age, gender, race, and ethnicity. Research on language diversity in management sciences has been criticized as a-theoretical, perhaps because the connections between language diversity and diversity theories in management have not been fully explored or systematically made explicit. What we propose in this paper is to address these two issues by anchoring work on language diversity in the existing diversity theory, notably the distinction of Harrison & Klein of diversity as separation, variety or disparity (2007). The aim is to contribute to clarifying the polysemy associated with the term ‘language diversity’ and to facilitate future research on language diversity and team performance.

Key words: multilingual, language diversity, diversity theory, diversity management practices, language management, organizations

Francophonie africaine et performance des entreprises : le cas de l'usage des langues nationales dans l'accueil client dans le secteur microfinancier ivoirien, un démenti à l'exoglossie ?

Résumé

Cet article interroge les liens entre langue et économie en Afrique noire francophone à travers le cas de la gestion du plurilinguisme en entreprise. Dans cet espace, malgré l'hégémonie du français conduisant à sous-estimer les langues nationales, certaines entreprises adoptent une attitude résiliente en intégrant lesdites langues dans leur service d'accueil. Les investigations menées à travers l'exemple du processus linguistique de l'accueil client dans le milieu microfinancier ivoirien, pour comprendre les causes de cette démarche stratégique, indiquent que ce phénomène est motivé par la création de la valeur.

Mots-clés : Francophonie africaine, exoglossie, langues nationales, accueil client, performance d'entreprise, microfinance ivoirienne.

This article investigates the relationships between language and economy based on how plurilingualism in companies is handled in Africa. In these environments, despite French hegemony leading to an underestimate of local languages, some companies resilient to this situation welcome the latter languages through their reception services. A thorough examination of the linguistic process implied in customers' reception in the Ivorian microfinancial environment, which is supposed to allow a better understanding of this strategic approach, links the phenomenon to the notion of value creation.

Key words: African francophony, exoglossia, national languages, customers' reception, company's performance, Ivorian microfinance.

Susan C. SCHNEIDER
HEC University of Geneva
Susan.Schneider@unige.ch

Güldem Karamustafa
HEC University of Geneva
Guldem.Karamustafa@unige.ch

Jeff D. Davis
Orabrush Inc.
jeffdavis@orabrush.com

Exploring the dynamics during M&A integration process: the role of language

Abstract

Despite best intentions, mergers and acquisitions often do not live up to the expectations for performance. Cultural differences, especially those across borders, are among the many reasons. However, rather than differences many scholars now agree that it is the integration process that matters and have called for a process approach to unpack the “black box” We conducted an in-depth case study of the acquisition by a large American consumer goods MNC of a German family owned beauty company to explore the dynamics of the integration process. Analysis reveals the role of language in the dynamic interaction of cultural identities on interpretation and the consequent emotional and behavioral reactions. Implications for further research and practice are discussed.

Keywords: Cross-Border Mergers and Acquisitions (M&As), multiple identities, language,

Christophe BÉNAROYA
 Enseignant-Chercheur, Laboratoire Marketing & Communication Networks
 Université de Toulouse, Toulouse Business School
c.benaroya@tbs-education.fr

Christine Fèvre-Pernet
 Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, laboratoire CEREP -
 Université de Reims Champagne Ardennes
christine.fevre-pernet@univ-reims.fr

Le naming : facilitateur de management de grands projets industriels ?

Cette communication vise à apporter un éclairage nouveau sur le naming et son incidence managériale dans le cadre de grands projets industriels complexes comme ceux existants dans le secteur aéronautique.

Pour cela, il importe de définir dans un premier temps ce que recouvre le principe de dénomination dans une perspective linguistique, avant de s'intéresser aux impacts du naming dans cette sphère d'activité particulière.

L'onomastique (ou science des noms propres) est un champ qui s'intéresse de longue date aux toponymes (noms de lieux) ou aux anthroponymes (noms de personnes). Plus récemment, est apparu un sous-champ, l'onomastique commerciale qui concerne les dénominations issues de la sphère commerciale (noms de marques et de produits, noms de magasins) (Fèvre-Pernet, 2007 ; Laurent, 2010). De nombreux travaux à dominante marketing (Kapferer, 2012 ; Aaker, 1992, 1995 ; Keller, 2012) sont également consacrés au nom de marque et au nom de produit dans le domaine B to C, mais également B to B plus récemment toutefois (Kotler & Pförtsch, 2006 ; Malaval & Bénaroya, 2014b). Toutefois, ces travaux portent essentiellement sur le processus de création ou sur celui du choix du « bon » nom de marque (Robertson, 1989 ; Fox, 2011 ; Lowrey et al., 2003), qu'il s'agisse de celui de nouveaux produits ou de nouvelles entreprises ou celui adopté lors de changements de noms de marque. L'acte même de nommer ou naming n'y est que très partiellement traité et vite englobé dans les réflexions sur le type et l'efficacité du nom plutôt que sur « ce que nommer veut dire ».

Pour introduire la notion de naming, nous restreindrons ici l'apport théorique au champ de la linguistique onomastique tout en rendant compte de la dynamique pragmatico-communicationnelle inhérente au processus.

Mots-clés : Abductif ; BtoB ; Management ; Marketing ; Marque ; Naming ; Projet ; Onomastique commerciale ; Onomastique des organisations

Key words : Abductive ; BtoB ; Management ; Marketing ; Brand ; Naming ; Project ; Commercial onomastic ; Corporate onomastic

Peter DALY

Peter.DALY@edhec.edu

Dennis DAVY

dennis.davy@edhec.edu

EDHEC Business School Lille FRANCE

Multidimensional Analysis of the Rhetorical and Linguistic Features of the Entrepreneurial Pitch

Making effective entrepreneurial pitches is an essential soft skill for all business graduates to master, whether they are promoting themselves in interview situations, presenting ideas to peers/managers or pitching to venture capitalists/business angels to secure funding. Although most business schools offer courses in oral presentations, very few provide training in the pitch as a specific sub-genre, with its distinct set of rhetorical and linguistic features. We feel that our duty as educators is to prepare our business students for persuasive pitches lasting up to 2 minutes, though this task is complicated by the shortage of linguistically and rhetorically sound pitch-specific teaching materials. While there is a considerable amount of general pedagogical material on how to make a successful pitch, including video material (Gallo 2012), templates, articles with “to-do lists” (e.g. Walker 2006; Pincus 2007; Porter 2011; and Martin 2012) and books (Bannatyne et al, 2007, Coughter 2012), this is often intuition-based and anecdotal in nature, rarely if ever underpinned by rigorous research into the linguistic, stylistic, register and rhetorical characteristics of the pitch, with the notable exception of Cunningham (2010).

In this article, we thus aim to analyse different dimensions of successful entrepreneurial pitches in English in order to raise students’ (and teachers’!) awareness and to improve the design of instructional materials for non-native speakers. We first review the literature on the entrepreneurial pitch in order to position this particular type of pitch. We then present the findings of a multi-dimensional analysis of a corpus of pitches that received funding from the venture capitalists on the popular BBC programme *Dragons’ Den*. This builds on a variety of approaches, including genre-based analysis (e.g. Swales 1990, 2004; Bhatia 1993, 2004; and Biber & Conrad 2009), stylistics (Widdowson 1996 and Biber & Conrad 2009) and linguistics. However, the main analysis method taken in this research is rhetoric-based, employing Jolliffe’s (Covino & Jolliffe, 1995) Rhetorical Framework Diagram as a starting point and heavily inspired by rhetorical analysis research (Leach, 2000; Keith & Lundberg, 2008; Fahnestock, 2011). Hence, both the form and content of message are taken into account within a macro-analytic framework to include such categories as appeal, canon, intentionality, evidence and purpose and a micro-framework to include specific linguistic and stylistic/rhetorical techniques such as anaphora, anadiplosis, antithesis, cleft sentences, metaphor, schesis onomaton, tricolon, among others. Furthermore, the prototypical characteristics of the entrepreneurial pitch are identified, both at the macro-level of discourse structure and at the micro-level of typical rhetorical tropes and lexical and grammatical patterns. Abundant concrete examples of genre-specific linguistic aspects/components of entrepreneurial pitches are provided, including typical lexical choices, verb-usage and discourse markers which will enhance the instructional design of future seminars on the entrepreneurial pitch.

It is hoped that a multidimensional analysis of rhetorical and linguistic features of the entrepreneurial pitch will have direct use for budding entrepreneurs, who wish to hone their pitching skills, for business communication educators and trainers, who intend to design instructional materials for training purposes and for all those interested in perfecting the art of pitching their ideas to future investors/venture capitalists.

Les langues, une ressource pour l'entreprise : ébauche d'un modèle de gestion de la compétence linguistique

Résumé

Cette contribution part de l'idée que la compétence linguistique est une ressource pour l'entreprise, une ressource qu'il convient de gérer rationnellement afin de maximiser la performance des individus et, partant, de l'organisation. Sur ces prémices, on tente de construire un modèle de gestion simple, qui tienne compte d'une part du coût de la non-compétence, d'autre part de l'influence de la formation sur la création de compétence linguistique et de celle de la pratique – ou de l'absence de pratique – sur son érosion ou son maintien. En dépit de ses limites, inhérentes à toute tentative de modélisation et discutées dans la dernière partie, cette approche offre des éléments objectifs pour juger de la pertinence d'une politique de formation aux langues. Sont notamment mises en évidence les vertus de la gestion prévisionnelle et les risques liés à une trop grande dispersion des efforts de formation. Le modèle permet également de proposer (pour la première fois, à notre connaissance) une estimation de ce que vaut la compétence linguistique pour l'entreprise, à mettre en regard de ce qu'elle lui coûte.

Mots-clé

Compétence linguistique, formation, gestion des langues, ressources, modélisation, économie des langues.

Language Diversity in SMEs' International Supply Chain Relationships: A New Approach to Managing Performance

Abstract

Whilst the topic of natural language diversity is gaining importance in the international management literature, much of the empirical work which has been done is situated in the context of MNEs (Vaara et al, 2005; Marschan-Piekkari et al, 1999; Peltokorpi, 2006). The question of how SMEs manage this language diversity in their international supply chain relationships, and how this can influence supply chain performance, is one which hasn't been fully explored.

This paper brings together the literature on supply chain management and language management, focussing particularly in the resource-advantage approach to supply chains (Hunt and Davis, 2008), and the concept of "linguascapes" (Steyaert et al, 2011) in order to conceptualise language flows in the inter-organisational spaces between international supply chain partners, and suggests how this may be used as a conceptual tool for future empirical research.

Key words: Supply Chain Management, Performance, SME, Language Management, Linguascape, Resource-Advantage View

Le statut du verbe en terminologie du commerce électronique

Résumé

Les sites du commerce électronique sont conçus en tenant compte d'une série de critères : ergonomie, contenu textuel, temps de chargement de données, sécurité des paiements et de plus en plus la partie sociale pour l'analyse des sentiments.

Le langage utilisé est un composant clé de l'architecture du site Web et un outil pour guider le cyberconsommateur à acheter. Les noms des menus et des rubriques dans l'interface web sont d'une grande importance pour la prise de décision lors de l'achat.

De plus en plus d'études dans la terminologie de l'informatique et de l'Internet ont commencé à montrer l'utilisation croissante des verbes dans la terminologie. Lorsque nous avons commencé à travailler sur la catégorisation des termes dans notre corpus, l'une des catégories grammaticales recensée est le verbe. Quoique les verbes soient moins fréquents que les noms et des adjectifs. Nous nous efforçons d'aller au-delà de la comparaison à d'autres catégories et trouver plus d'explications sur l'utilisation de verbes.

L'intérêt de ce travail ne serait pas de trancher si le verbe est un terme ou non, mais serait plutôt orienté vers la recherche des raisons qui justifient la présence des verbes dans ce domaine dans les textes techniques, les articles de presse et plus particulièrement des interfaces des sites du commerce électronique.

Pour éclairer ces questions, nous allons utiliser un petit corpus, tiré de sources en anglais, en français et en arabe. Au-delà des justifications linguistiques, nous nous étayerons également cette analyse par le recours à des disciplines connexes au commerce électronique, en particulier l'informatique.

Une estimation statistique suivra pour montrer le taux de présence des verbes dans le corpus que nous avons préparé.

Mots clés :

Terminologie, verbe, commerce électronique, interface.

Leena LOUHIALA-SALMINEN
 Professor, Program Director /Corporate Communication
 Aalto University School of Business
 Department of Management Studies
 Helsinki, Finland
 leena.louhiala-salminen@aalto.fi

Anne KANKAANRANTA
 Senior University Lecturer /Corporate Communication
 Aalto University School of Business
 Department of Management Studies
 Helsinki, Finland
 anne.kankaanranta@aalto.fi

Strategic communication in a Finnish -Russian MNE: the role of language?

Abstract

Today companies face pressures to continually reformulate their strategies based on new knowledge gained from the turbulent operational environment. This is especially true for multinational enterprises (MNEs) as their strategy implementation is mediated by the effects of divergent cultural and linguistic contexts. Therefore, a multinational enterprise (MNE) needs to achieve a balance between global integration and local responsiveness (see e.g. Ghoshal & Bartlett, 1990; Zaheer, 1995), including a balance regarding the use of its linguistic resources.

The present research project investigates strategic communication in a Finland-based multinational with significant operations in Russia. For this company, it is particularly important to understand how this communication between the Finnish headquarters and the Russian subsidiary is affected by the differing cultural, institutional and linguistic environments of the focal units. The case company's corporate language is English, but both Finnish and Russian are widely used in the two units.

The purpose of our study is to examine the practices taking place when strategy and values are communicated. We focus on the role of language in strategic communication and aim at finding out about the significance of language in the process where corporate strategy and values are formulated and communicated from the Finnish head office in the corporate language (English), and after that spread out through a variety of channels and interpreted by supervisors at different organizational levels to all members of the organization.

The proposed paper will discuss the project rationale and report on a survey study conducted at the case company. Future phases of the project will also be discussed.

Geneviève TRÉGUER-FELTEN

Chercheure associée au Cediscor-Syled, Paris 3, Sorbonne nouvelle

Chercheure associée à Gestion & Société (CNRS)

gengrinderdo@gmail.com

Et s'il fallait plus qu'une langue commune pour se comprendre ?

Résumé

Cette communication s'intéresse aux difficultés de communication engendrées par des courriers électroniques échangés en anglais *lingua franca* (ELF), au sein d'entreprises multinationales, et à leur effet sur la performance des hommes qui constituent ces dernières. On montre que la bonne connaissance de l'anglais, censée permettre une bonne communication, est insuffisante pour permettre aux interlocuteurs de se comprendre si elle n'est pas doublée d'un intérêt pour leurs cultures respectives. Si la communication qui s'instaure relève bien de ce que l'on peut désigner par le néologisme « commun'action », en ce sens qu'elle permet à l'action de se réaliser, elle en ralentit généralement l'exécution, quand elle n'engendre pas également des stéréotypes négatifs, affectant ainsi leur efficacité et leur performance.

Mots clés : Anglais *lingua franca* (ELF) ; culture ; style communicatif ; « commun'action » ; efficacité.

Ateliers pédagogiques GEM&L 2014

Terence MUGHAN
University of Victoria
tmughan@uvic.ca

Towards a 'language-general' framework in IB: some theoretical roots and initial content

Most 'language' teaching on business and management courses is language-specific, e.g. French for Business, and focuses on the development of the four skills in the selected language. This workshop will describe the origins and the experiment conducted at the University of Victoria in the development of a language-general course which has does not language skills and has the following learning outcomes:

- Identify ways in which language as a phenomenon varies across national settings
- Analyse the role of language in communication across cultures
- Assess the impact of language and foreign language skills on the nature and performance of teams and organizations
- Leverage their own language learning strategies to improve their employability and understanding of global business

The workshop will explore the reasons why the course was developed, the philosophy underpinning it and the selection of outcomes and learning materials. Examples of student feedback will be provided and ways in which the course can be developed will be up for discussion.

Alexandra HULL, Responsable des Langues, INP-ENSEEIH, hull@enseeiht.fr

Alison McCHEYNE, Professeur d'anglais, ENAC, alison.mccheyne@enac.fr

Sarah TIRARD, Référente pédagogique anglais, TBS, s.tirard@tbs-education.fr

Créativité, Collaboration, Communication : *Toulouse Student-run Inter-schools Debating*

Créé en 2009 à la suite d'un travail de collaboration entre plusieurs grandes écoles toulousaines, **le projet étudiant des joutes oratoires inter-écoles en anglais** a pour objectif le développement de l'autonomie, de la créativité, de l'esprit critique et des compétences en communication et en travail d'équipe chez les élèves.

Cet atelier présentera l'historique de ce projet (ses origines et ses objectifs, les expériences et les évolutions), ainsi que les buts actuels et les perspectives d'avenir.

Il s'agit d'une aventure collaborative de 5 années qui réunit des collègues d'école de management et d'école d'ingénieur de Toulouse. Les intervenantes de 3 écoles toulousaines présenteront leur vécu. A savoir : les spécificités de l'activité dans chaque établissement, la logistique pour sa mise en place et des pistes pour assurer la pérennité de ce projet.

Mots clés : autonomie guidée, créativité, communication, esprit critique, joutes oratoires, anglais, compétences, pédagogie active, collaboration inter-écoles, travail en équipe.

Remerciements : Lisa EVANS, formatrice des équipes enseignantes, Hannah HAVAS, coach-formatrice TBS, Peter LAKE, coach-coordonnateur INP-ENSEEIH, Joseph SHEA, Responsable LV1 ISAE-ENSICA, les collègues-participants, les élèves-coordonnateurs et leurs équipes respectives.

Références

Cadre Européen de Référence pour les Langues

http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/CADRE_FR.asp

Conseil d'Europe, *Bologne pour les néophytes*

http://www.coe.int/t/dg4/highereducation/ehea2010/bolognapedestrians_FR.asp

French Debating Association

<http://www.frenchdebatingassociation.fr/>

ROBINSON, K., *Out of Our Minds, Learning to be Creative*, New York, Capstone, 2011

<http://sirkenrobinson.com>

University College London Union Debating Society

<http://debating.org/>

Dr Jennifer TAKHAR

Associate Professor, Intercultural Studies and Business Communication at Novancia Business School, Paris and Research Associate at Celsa, Paris IV Sorbonne
jtakhar@novancia.fr

Embracing a soft power approach to teaching 'Corporate India'

This presentation will showcase the challenges related to teaching corporate India in a European business school context and also offers insights on how to overcome these through what Joseph Nye (2004) and Shashi Tharoor (2011) call a “soft power” approach.

Soft power is defined as the “ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country's culture, political ideals and policies.” (Nye, 2004) By adopting a teaching methodology which reveals the often unspoken business acumen and entrepreneurial energy of India's leading soft power players, its most recognised cultural icons, Amitabh Bachchan, Shah Rukh Khan and Aishwarya Rai, I invite students to re-examine textbook clichés tied to India's global economic status and to debunk misconceptions related to Indian entrepreneurship styles today.

More importantly, I believe that these soft power protagonists communicate a postcolonial confidence and an unshackling of the global human imagination that confirm India's economic ascent.

The influence on performance of the style of language used in an organization, using the examples of the Polish tabloid newspapers 'Fakt' and 'Super Express'

In my workshop I intend to focus on the effect on performance of the different styles of language used in two companies competing directly with each other, namely the Polish tabloid newspapers 'Super Express' and 'Fakt'. My analysis will be partly theoretical, but to a large degree based on my personal experience of working for both organizations. An important aspect of the differences in the language used in the two companies was that Super Express is a long-established

Polish-owned newspaper, while Fakt is owned by the German publishing giant Axel Springer, and was only introduced onto the Polish market in 2003. It should be emphasized that Polish, rather than German, is the language used in the Fakt office, but Axel Springer introduced a standardization - previously unknown in Poland - to the whole process of writing newspaper articles, which applies as much to the style of communication among staff as to the language used in the newspaper itself. Fakt is, essentially, a Polish version of The German tabloid 'Bild', and this is reflected in the type of Polish used in the Fakt office and management; whereas Super Express functions along the more traditional lines of a Polish newspaper, with writers being allowed considerably more scope for individual expression, which is also reflected in the style of Polish used in the Super Express office and management.

Retour d'expérience sur la synergie cours/entreprise dans le cadre d'un cours de Français Langue Etrangère

1. La thématique et son contexte :

Depuis 2008, je m'efforce d'intégrer l'entreprise dans l'enseignement du français à nos étudiants étrangers. L'une de ces expériences, s'adressant à un public B2 a vu le cours « déménager » dans une entreprise locale de recyclage. Si la problématique du recyclage des déchets est d'actualité et concerne tous les continents dont sont issus nos étudiants étrangers, chaque pays a cependant une approche culturelle et technique bien différente. Le cours de FLE, au-delà de l'apprentissage linguistique et en collaboration avec l'entreprise, est le terrain privilégié pour cet échange.

2. L'atelier :

Au cours de cet atelier, je me proposerais de montrer les trois étapes de cette démarche école/entreprise :

La préparation en amont : méthodologie, contact avec l'entreprise, travail lexical sur la thématique et, de la part des étudiants, recherche sur la question « qu'est-ce que recycler ». Question apparemment simple mais qui implique d'élargir son horizon de connaissances.

Dans l'entreprise : phase d'observation active, les étudiants doivent comprendre ce qu'ils voient, ex. les rôles des employés, identifier les processus du tri et la corrélation avec la valorisation future des déchets. Ils sauront poser les questions pertinentes quant aux acteurs du recyclage, à la partie concurrentielle et plus largement à l'impact économique.

En aval : la restitution en cours. Elaboration d'une synthèse écrite et orale. Table ronde avec comme fil conducteur l'angle de vue interculturel: que se passe-t-il chez moi ? Quelle leçon morale, technique pourrait m'apporter l'autre ?

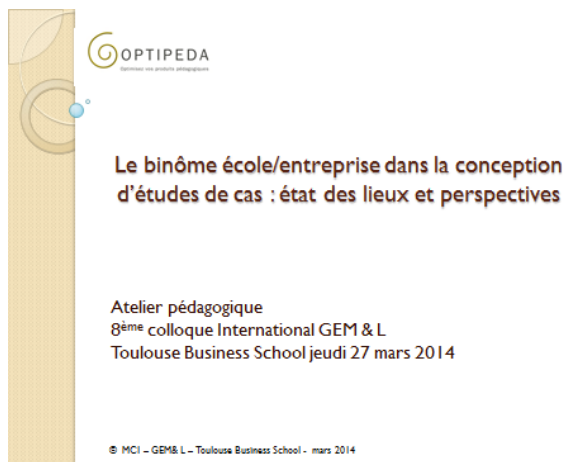
Afin de transmettre au mieux cette expérience et afin qu'elle puisse être également reprise/modulée par mes collègues de FLE, je ne manquerai pas de donner mes supports pédagogiques, méthodologiques (retro-planning) et les possibilités d'évaluation des acquis.

Marie-Catherine IDIART

Optipeda

midart@optipeda.fr

Le binôme école/entreprise dans la conception d'études de cas : état des lieux et perspectives



Voir le contenu de cette conférence dans document pdf joint sur clé USB et sur le site du GEM&L

Jane KASSIS-HENDERSON
ESCP-Europe
jkassis@escpeurope.eu

Linda COHEN
ESCP-Europe
lcohen@escpeurope.eu

Rethinking the notion of ‘effective communication’ for the multilingual work environment: developing the model of diversity-driven communication and implications for the classroom.

Summary

The diversification of the workforce has led to a growing interest in the impact of language-related issues in MNCs as publications in International Business, Organization Studies and Applied Linguistics have shown. These research findings reveal a complex picture and challenge current thinking on using English as the *lingua franca* of IB.

Rather than developing language competencies within the framework of monolingual and monocultural national contexts, emphasis is now being placed on the need to adopt a broader perspective and to focus on the effectiveness of language use in the unpredictable, changing, multicultural and multilingual work environment of today.

This implies that students need to learn “to move between languages and to understand and negotiate the multiple varieties of codes, modes, genres, registers, and discourses that they will encounter in the real world” (Kramsch 2012) where diversity has become the rule.

The multicultural, multilingual classrooms of our business schools and universities offer ideal terrain to prepare students for the communication challenges they will encounter in multicultural corporate settings. However, course objectives must be redefined and material redesigned to focus learning outcomes on developing the competencies that best meet the challenges of communicating in a multilingual context.

In this workshop we present a 15-hour course on *Negotiation and Culture* which uses research findings about valorising and managing language diversity to frame learning objectives. Demonstrating the limits of the ‘academic’ criterion of ‘correct’ usage according to the native speaker model, we focus on developing competencies adapted to the ‘real-world’ context of interpersonal exchanges in a multilingual environment. This leads students to question their assumptions and change their preconceived ideas about what constitutes effective communication.

We introduce the model of diversity-driven communication, defined as language practices which emerge to make mutual understanding possible in groups characterized by linguistic and cultural diversity.

Reference: Kramsch, C. (2012) “Authenticity and Legitimacy in Multilingual SLA”, *Critical Multilingualism Studies, an Interdisciplinary Journal*, Vol 1(1).

Plurilinguisme et management interculturel : une stratégie européenne ?

Après plus de dix années de recherche sur les questions linguistiques et interculturelles dans le monde du travail, l'enjeu est aujourd'hui d'opérer les transferts nécessaires pour que le traitement des langues deviennent une dimension à part entière du management. Tout ce qui a été produit jusqu'à présent a surtout intéressé les chercheurs et les administrations directement concernées par les thématiques linguistiques et culturelles, la conclusion générale étant que les langues et le facteur culturel renferment un gisement de compétitivité et d'emploi pour les entreprises. Aider les entreprises, en agissant sur des leviers multiples, à tirer le meilleur parti de cette ressource est la nouvelle orientation que doit prendre l'action publique dans ce domaine.