TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC GIA

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ

**-----------------------------------------**

**NGUYỄN THỊ MỊ DUNG**

**LA PÉDAGOGIE DU PROJET APPLIQUÉE À**

**L’ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS DU MARKETING À**

**L’UNIVERSITÉ THUONGMAI**

**ÁP DỤNG PHƯƠNG PHÁP DỰ ÁN**

**VÀO VIỆC GIẢNG DẠY TIẾNG PHÁP MARKETING**

**TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI**

**Chuyên ngành: Lí luận và phương pháp dạy học tiếng Pháp**

**Mã ngành : 9140233.01**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN**

**HÀ NỘI - 2020**

**DANH SÁCH BÀI BÁO**

1. “*Giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành ở trường Đại học Thương mại*”, (2017), Tạp chí Khoa học ngoại ngữ Quân sự, tr.44-49.
2. “*Yêu cầu mới đối với việc giảng dạy tiếng Pháp marketing*”, Kỷ yếu Hội thảo tiếng Pháp Châu Á Thái Bình Dương “ Giảng dạy và đào tạo tiếng Pháp trong bối cảnh đa ngôn ngữ”, (2018), NXB Đại học Quốc Gia, tr.274-280
3. “*Giảng dạy tiếng Pháp marketing thông qua dự án khởi nghiệp- Chiến lược giúp sinh viên thích nghi với thị trường lao động*”, Kỷ yếu Hội thảo tiếng Pháp Châu Á Thái Bình Dương “ Giảng dạy và đào tạo tiếng Pháp và bằng tiếng Pháp: so sánh các quan điểm”, (2019), NXB Đại học Quốc Gia, tr. 386-399

**MỤC LỤC**

**PHẦN MỞ ĐẦU 2**

**Chương 1: CƠ SỞ LÍ THUYẾT 7**

**Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 9**

**Chương 3: TIẾN HÀNH DỰ ÁN 10**

**Chương 4: THU THẬP VÀ XỬ LÝ DỮ LIỆU 13**

**Chương 5: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU 15**

**KẾT LUẬN 21**

**DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

**PHẦN MỞ ĐẦU**

1. **Đặt vấn đề**

Trong hệ thống đại học (ĐH) Việt Nam, các trường như ĐH Thương mại, ĐH Ngoại thương, ĐH Kinh tế Quốc dân, ĐH Kinh tế Huế, ĐH Kinh tế TP Hồ Chí Minh, ĐH Nha Trang... có nhiều chương trình đào tạo cử nhân kinh tế học bằng tiếng Pháp. Việc giảng dạy tiếng Pháp thương mại chiếm một vị trí quan trọng trong các chương trình này khi cho phép sinh viên khi ra trường có thể giao tiếp và làm việc hiệu quả với các đối tác/khách hàng nói tiếng Pháp trong công việc.

Tuy nhiên, chất lượng dạy/học tiếng Pháp thương mại vẫn còn có nhiều vấn đề. Đỗ T.T. Giang (2015: 107) đã nghiên cứu đề tài này với 103 sinh viên năm thứ 4 và 30 sinh viên tốt nghiệp từ bốn trường đại học kinh tế tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu làm rõ được thực trạng việc dạy/hoc tiếng Pháp thương mại: “*41 % sinh viên, 40% cử nhân đã tốt nghiệp đánh giá chất lượng giảng dạy ít tích cực. 39% sinh viên và 30% cử nhân đã tốt nghiệp đánh giá việc giảng dạy là "khá tốt" nhưng kèm theo các nhận xét không thật tích cực khi đưa ra các mặt hạn chế thay vì các ưu điểm của việc dạy/học tiếng Pháp chuyên ngành*”. Trên thực tế, việc giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành đang chủ trọng vào thuật ngữ và dịch thuật thay vì rèn các kĩ năng giao tiếp. Sinh viên cảm thấy việc học đơn điệu và không có động cơ học tập khi khóa học thiếu các tình huống thực tế, mô phỏng, học theo phương pháp dự án...

Đề tài nghiên cứu về dạy/học tiếng Pháp marketing được chúng tôi tiến hành vào tháng 5 năm 2017 với các sinh viên tiếng Pháp thương mại khóa 50, ngành Quản trị kinh doanh, ĐH Thương mại có kết quả tương tự.Trên thực tế, chỉ có 19% số người được hỏi hài lòng với học phần tiếng Pháp marketing trong khi đa số sinh viên chỉ hài lòng một phần (62%), ít hài lòng (16%) hoặc thậm chí hoàn toàn không hài lòng (3%). Sinh viên gặp khó khăn trong học tập vì nhiều lý do: thiếu từ vựng (85%), không hiểu nội dung do hạn chế ngôn ngữ (63%), thiếu bài tập luyện kĩ năng (59%), động cơ học tập yếu (43%) ...

Để hiểu rõ hơn về hiệu quả làm việc của các cử nhân mới tốt nghiệp các trường thương mại, chúng tôi đã thực hiện hai cuộc phỏng vấn (Chardenet, 2011) vào tháng 5 năm 2017 dựa trên một bảng hỏi với hai trưởng nhóm marketingđến từ trường PTTH FPT và hãng du lịch Easia, đơn vị có khách hàng chủ yếu là người Pháp. Hai chuyên gia đã làm rõ các yêu cầu của nghề marketing. Theo các chuyên gia, nhân viên marketing phải có nhiều kiến thức, kỹ năng và thái độ làm việc tốt. Trong đó, kĩ năng thuyết trình, làm việc nhóm, lập kế hoạch và tinh thần sáng tạo là cần thiết nhất. Tuy nhiên, sinh viên mới tốt nghiệp không có hoặc không đủ các kĩ năng thái độ này. Họ còn thiếu năng động và tự tin. Về tiếng Pháp, họ giỏi ngữ pháp nhưng yếu về kỹ năng giao tiếp, kĩ năng viết tốt hơn kĩ năng nói, nhưng có xu hướng dịch từ tiếng Việt sang tiếng Pháp, do đó gây khó hiểu cho khách hàng nói tiếng Pháp.

Các chuyên gia được phỏng vấn đưa ra một số đề xuất để giải quyết vấn đề này:

1. Chú trọng thực hành thay vì chỉ học kiến thức ngôn ngữ.

2. Làm các dự án nhóm liên môn kích thích sự sáng tạo.

3. Có định hướng nghề nghiệp cụ thể ngay từ trường đại học.

Kết quả nghiên cứu thực trạng và phỏng vấn chuyên gia marketing đã thúc đẩy chúng tôi tiến hành nghiên cứu các phương pháp có thể áp dụng đổi mới giảng dạy tiếng Pháp và các đề tài về quản trị phù hợp với học phần có thể hấp dẫn với sinh viên . Chúng tôi nhận thấy phương pháp giảng dạy qua dự án, mặc dù đã tồn tại từ lâu, là phương pháp phù hợp nhất vì những lý do mà chúng tôi sẽ giải thích trong chương đầu tiên của luận án. Phương pháp cho phép chúng tôi có thể áp dụng được dự án khởi nghiệp, một chủ đề quan trọng trên phương tiện truyền thông và trong các chương trình giảng dạy của trường đại học tại thời điểm chúng tôi bắt đầu nghiên cứu.

Thực tế, khởi nghiệp, hay “Start-up”, từ mượn Anh-Mỹ, là một hiện tượng kinh tế và xã hội, là giải pháp để tạo việc làm, huy động các nguồn lực, phát triển đổi mới và tăng cường tốc độ tăng trưởng kinh tế. Tại Việt Nam, kể từ năm 2016, đã có một chiến dịch nâng cao nhận thức quốc gia về tinh thần khởi nghiệp, về thành lập doanh nghiệp: 126.859 công ty được thành lập vào năm 2017. Theo Báo cáo Chỉ số Doanh nhân của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam(2018), tỷ lệ các công ty hoạt động kinh doanh trong ba năm đầu tiên ở Việt Nam rất cao, đứng thứ 6 trong số 54 quốc gia được nghiên cứu. Sự tăng trưởng về số lượng doanh nghiệp được thành lập, quyết tâm của những các doanh nhân trẻ khởi nghiệp và sự chú ý của truyền thông đang giúp định hướng dư luận và thúc đẩy các bên liên quan hành động. Nhà nước đã đưa ra một số chính sách pháp luật nhằm hỗ trợ và khuyến khích việc thành lập doanh nghiệp. Về phần mình, các trường đại học đã nắm bắt cơ hội này để đổi mới hoặc đưa thêm các khóa đào tạo về khởi nghiệp. Các trường kinh tế và các khoa Quản trị đã đưa ra các học phần tự chọn và các hoạt động khuyến khích tinh thần khởi nghiệp. Về mặt khoa học, đây cũng là một đề tài nghiên cứu quan trọng về Quản trị thu hút sự chú ý của nhiều nhà nghiên cứu kinh tế Việt Nam và nước ngoài.

Tóm lại, “khởi nghiệp” là chủ đề phù hợp với sinh viên ngành Quản trị kinh doanh, có thể khuyến khích sinh viên học tiếng Pháp marketing thông qua phương pháp dự án và tạo điều kiện cho sinh viên nhanh chóng đáp ứng thị trường lao động, đặc biệt là trong bối cảnh đào tạo nghề bằng tiếng Pháp ngày càng trở lên khiêm tốn so với bằng tiếng Anh, sinh viên học tiếng Pháp ít hứng thú học các chuyên ngành tiếng Pháp và thị trường việc làm đang ngày càng đòi hỏi sinh viên ra trường có nhiều về kiến thức chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và thái độ làm việc.

1. **Câu hỏi và mục tiêu nghiên cứu**

Dựa trên kết quả nghiên cứu thực tiễn đã đề cập ở trên, chúng tôi quyết định nghiên cứu đề tài về *Ảnh hưởng của phương pháp dạy học qua dự án, chủ đề khởi nghiệp trong việc dạy/học tiếng Pháp marketing*. Đề tài tập trung nghiên cứu trả lời câu hỏi sau đây:

***- Làm thế nào để dự án khởi nghiệp cho phép sinh viên chuyên ngành tiếng Pháp thương mại, ngành Quản trị kinh doanh, ĐH Thương mại học tiếng Pháp marketing hiệu quả hơn?***

Chúng ta có thể làm rõ câu hỏi này bằng hai câu hỏi nghiên cứu sau:

1. Dự án khởi nghiệp ảnh hưởng đến việc học tiếng Pháp marketing như thế nào?

2. Dự án khởi nghiệp ảnh hưởng đến động cơ học tiếng Pháp marketing của sinh viên như thế nào?

Từ những câu hỏi này, chúng tôi đưa ra các giả thuyết nghiên cứu sau đây:

1. Dự án khởi nghiệp tiếng Pháp cho phép củng cố kiến thức ngôn ngữ, kĩ năng giao tiếp, góp phần cải thiện một số kĩ năng và thái độ trong công việc của sinh viên.

2. Dự án khởi nghiệp tiếng Pháp nâng cao động cơ học tiếng Pháp marketing của sinh viên.

1. **Mục tiêu và ý nghĩa của nghiên cứu**

 Nghiên cứu và áp dụng dự án khởi nghiệp vào việc giảng dạy tiếng Pháp marketing nhằm đạt ba mục tiêu sau đây:

1. Củng cố kiến thức và kỹ năng ngôn ngữ sinh viên
2. Cải thiện một số kĩ năng và thái độ làm việc của sinh viên
3. Nâng cao động cơ học tiếng Pháp marketing của sinh viên

 Ở góc độ thực tiễn, luận án góp phần cải thiện chất lượng việc dạy/học tiếng Pháp marketing, giúp sinh viên đáp ứng tốt hơn với nhu cầu của thị trường lao động.

 Về mặt lý thuyết giảng dạy tiếng Pháp, luận án sẽ cung cấp kết quả nghiên cứu về mô hình dạy/học tiếng Pháp marketing thông qua dự án khởi nghiệp: quy trình, tài liệu sử dụng, các điều kiện để thực hiện dự án.

1. **Phạm vi nghiên cứu**

Trường ĐH Thương mại có 2 chương trình đào tạo cử nhân: cử nhân Quản trị kinh doanh, chuyên ngành tiếng Pháp thương mại và cử nhân liên kết đào tạo, hợp tác với các trường đại học Pháp. Chương trình thứ nhất là chương trình đào tạo hoàn toàn do ĐH Thương mại giảng dạy và thu hút nhiều sinh viên, là đối tượng nghiên cứu của luận án này.

 Theo MANGIANTE JM (2014), nghiên cứu về tiếng Pháp chuyên ngành hiện hướng theo ba lĩnh vực chính: phân tích diễn ngôn tiếng Pháp chuyên ngành, xây dựng các bộ chuẩn kĩ năng tiếng Pháp chuyên ngành và nghiên cứu mối quan hệ giữa ngôn ngữ và hành động trong bối cảnh học tập và nghề nghiệp. Nghiên cứu của chúng tôi thuộc lĩnh vực thứ ba: hành động trong bối cảnh học tập và nghề nghiệp, cụ thể hóa bằng việc áp dụng phương pháp dạy học thông qua dự án trong giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành.

Khi nghiên cứu về chuyên ngành Quản trị, chúng tôi đánh giá cao chủ đề “khởi nghiệp”, một xu hướng mới ở Việt Nam. Đề tài có thể khuyến khích sinh viên học tập. Do điều kiện thời gian và mục tiêu của học phần tiếng Pháp marketing, dự án khởi nghiệp của chúng tôi giới hạn ở nội dung nghiên cứu thị trường và các giải pháp marketing (Fayolle, 2008), không có tham vọng tiến hành một dự án khởi nghiệp hoàn chỉnh đề cập nhiều khía cạnh như nhân sự, môi trường kinh doanh, kế hoạch tài chính...

Tóm lại, luận án của chúng tôi tập trung vào nghiên cứu các tác động của phương pháp dạy học thông qua dự án đối với chủ đề khởi nghiệp, áp dụng vào việc giảng dạy tiếng Pháp marketing cho sinh viên chuyên ngành tiếng Pháp thương mại, ngành Quản trị kinh doanh trường ĐH Thương mại.

**5. Phương pháp nghiên cứu**

Đề tài nghiên cứu áp dụng dự án khởi nghiệp và dạy/học tiếng Pháp marketing là một nghiên cứu hành động bao gồm 5 bước. Các bước nghiên cứu sẽ được làm rõ trong chương 2 của chúng tôi: (1) phát hiện vấn đề, (2) xây dựng kế hoạch hành động; (3) thực hiện kế hoạch hành động, (4) đánh giá kết quả, (5) chuyển giao kết quả nghiên cứu. Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu sẽ được trình bày ở chương 4.

1. **Bố cục đề tài**

Luận án gồm 5 chương chính. *Trong chương 1,* chúng tôi nghiên cứu khung lý thuyết liên quan đến việc giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành, phương pháp dạy học thông qua dự án và giảng dạy khởi nghiệp. *Chương 2* dành cho việc trình bày phương pháp nghiên cứu hành động và hệ thống các chỉ số đo lường các biến nghiên cứu. *Chương 3* trình bày ba giai đoạn đầu tiên của nghiên cứu: nghiên cứu thực trạng và xác định vấn đề; lập kế hoạch dự án khởi nghiệp và mô tả quá trình thực hiện dự án. *Chương 4* làm rõ việc thu thập và xử lý dữ liệu. *Chương 5* trình bày kết quả nghiên cứu thông qua việc phân tích và đối chiếu dữ liệu. *Danh mục xuất bản* thống kê các bài báo của nghiên cứu sinh có chủ đề liên quan đến luận án: hai bài hội thảo quốc tế và một bài đăng tạp chí khoa học. Đây là bước thứ 5 của một nghiên cứu hành động: công bố và chuyển giao kết quả nghiên cứu.

**CHƯƠNG 1 : CƠ SỞ LÝ THUYẾT**

Mục đích của chương 1 là trình bày ba phần lý thuyết có quan hệ chặt chẽ với nhau để xây dựng mô hình lý thuyết nghiên cứu của nghiên cứu: giảng dạy về tiếng Pháp chuyên ngành, phương pháp dự án và giảng dạy khởi nghiệp.

Đầu tiên, chúng tôi phân biệt các tên gọi và phương pháp giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành khác nhau thông qua tóm tắt sơ lược lịch sử giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành. Các tác giả trong lĩnh vực nghiên cứu như Kokourek (1991), Lehmann (1993), Dubois và al (1994), l'Homme (2011), Đỗ Thu Giang (2015) đều thống nhất rằng tiếng Pháp chuyên ngành không phải là một ngôn ngữ tách riêng mà nó là một bộ phận của tiếng Pháp được sử dụng trong ngữ cảnh nghề nghiệp. Vậy, *tiếng Pháp marketing cũng là một bộ phận của tiếng Pháp được sử dụng trong lĩnh vực marketing*. Các ngữ cảnh cụ thể sẽ ảnh hưởng đến các đặc điểm từ vựng, ngữ pháp và phong cách ngôn ngữ của văn bản chuyên ngành này.

Sau đó, chúng tôi trình bày về phương pháp giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành: *Phương pháp tiếp cận theo hướng hành động tuy không phải là phương pháp dành riêng cho việc giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành nhưng thể hiện đầy đủ nhất ý nghĩa của nó khi áp dụng cho người học tiếng Pháp chuyên ngành* (F. Mourlhon-Dallies, 2008: 66). Các khái niệm của tác giả như “nhiệm vụ”, người học - "một chủ thể trong xã hội", “sản phẩm” và đặc biệt là “thực hiện dự án” đã truyền cảm hứng cho chúng tôi áp dụng phương pháp học tập chủ động: ***phương pháp dạy học thông qua dự án*** với nguyên tắc *learning by doing* (*học đi đôi với làm* ) của John Dewey, người tiên phong của lĩnh vực này. Chúng tôi đã nghiên cứu sâu lý thuyết của phương pháp này: định nghĩa, thể loại, đặc điểm của phương pháp dự án, vai trò người tham gia, quy trình tiến hành và thậm chí các biến thể cần tránh của phương pháp này.

Kết quả nghiên cứu lý thuyết đã khiến chúng tôi tự đặt một câu hỏi: học *(learning)* tiếng Pháp marketing bằng cách làm gì *(by doing)*? Nói cách khác, các ngữ cảnh cụ thể nào sẽ áp dụng hiệu quả cho việc dạy/học tiếng Pháp marketing? Chủ đề nào sẽ phù hợp với dự án để có thể khuyến khích người học? Chúng tôi tìm ra câu trả lời: “khởi nghiệp”. Đây một chủ đề lớn trong ngành Quản trị, một chính sách quan trọng để phát triển kinh tế của Việt Nam và là chủ đề đang thu hút giới truyền thông.

Phần lý thuyết cuối cùng được dành cho các khái niệm cơ bản về giảng dạy khởi nghiệp: định nghĩa, các đóng góp, phương pháp giảng dạy khởi nghiệp. Chúng tôi tập trung làm rõ các khái niệm liên quan đến marketing trong khởi nghiệp. Cụ thể, phương pháp nghiên cứu thị trường của Fayolle (2008) làm rõ quy trình marketing khi khởi nghiệp. Hướng dẫn dự án khởi nghiệp của B. Bourdages và đồng sự (2006) đưa ra mô hình của một dự án khởi nghiệp được áp dụng trong các trường học. Chúng tôi đã phát hiện ra rằng phương pháp thường được áp dụng trong giáo dục khởi nghiệp cũng là phương pháp giảng dạy thông qua dự án (Schieb-Bienfait, 2000 và Schmitt và Bayad, 2008)

Do vậy, mô hình nghiên cứu của chúng tôi bao gồm 3 nhân tố liên kết chặt chẽ với nhau trên cơ sở tôn trọng nguyên tắc của John Dewey: giảng dạy tiếng Pháp marketing là ***mục tiêu*** của quá trình, phương pháp dự án là ***phương pháp giảng dạy*** và khởi nghiệp trở thành ***ngữ cảnh thực tế*** của việc dạy/học tiếng Pháp marketing, trong đó người học sẽ đóng ***một vai trong xã hội*** tham gia tích cực vào một dự án khởi nghiệp nhóm để tiếp thu không chỉ kiến thức, kĩ năng ngôn ngữ, mà còn nhiều kỹ năng mềm khác.

Theo kết quả nghiên cứu tài liệu của chúng tôi, mặc dù đã có rất nhiều và rất đa dạng các nghiên cứu về tiếng Pháp chuyên ngành, dạy học qua dự án và giảng dạy khởi nghiệp nhưng cho đến nay, chưa có nghiên cứu nào về việc giảng dạy tiếng Pháp chuyên ngành, cũng như tiếng Pháp marketing thông qua một dự án khởi nghiệp.

 **CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

Chương 2 nhằm làm rõ phương pháp nghiên cứu hành động: định nghĩa, đặc điểm và cách tiếp cận. Nghiên cứu hành động có 3 đặc điểm chính: "theo chu kỳ nối tiếp, có tính mở và năng động". Phương pháp nghiên cứu này tạo ra mối quan hệ giữa nghiên cứu và hành động, giữa lý thuyết và thực tiễn, giữa vai trò của nhà nghiên cứu và người giảng dạy, giữa 2 mục tiêu: khám phá tri thức mới và cải thiện thực tế dạy/học

Nghiên cứu của chúng tôi sẽ gồm 5 bước, theo quy trình nghiên cứu được đề xuất bởi Montagne-Marcaire (2007), Nguyễn V. Dung (2010), Đỗ T.B. Thủy (2011):

1. Phát hiện vấn đề thông qua kết quả phân tích bảng câu hỏi sinh viên ĐH Thương mại đã hoàn thành học phần tiếng Pháp marketing cũng như kết quả phân tích bài kiểm tra đầu học phần của các sinh viên sẽ tham gia dự án (bài kiểm tra viết và nói) và phiếu thu thập thông tin về quá trình học tiếng Pháp và động cơ học tiếng Pháp của sinh viên

2. Lập kế hoạch dự án khởi nghiệp dựa trên chương trình tiếng Pháp marketing, phương pháp nghiên cứu thị trường của Fayolle (2008) và mô hình dự án khởi nghiệp của B. Bourdages và cộng sự (2006)

3. Thực hiện dự án từ tháng 2 đến tháng 5 năm 2018 cho một lớp sinh viên năm thứ ba chuyên ngành tiếng Pháp thương mại, ngành Quản trị kinh doanh;

4. Đánh giá và so sánh kết quả phân tích dữ liệu theo hai khía cạnh: sự tiến bộ và sự hài lòng của người học. Dữ liệu bao gồm: các bài kiểm tra trước và sau dự án, báo cáo và bài thuyết trình của sinh viên, bảng hỏi điều tra sinh viên và phỏng vấn với sinh viên, giáo viên tham gia dự án khởi nghiệp.

5. Công bố kết quả nghiên cứu thông qua các ấn phẩm trong các hội thảo và tạp chí khoa học.

Sau đó, chúng tôi hệ thống các công cụ đo lường các biến nghiên cứu về ảnh hưởng của dự án khởi nghiệp đến việc tiếp thu kiến thức ngôn ngữ, rèn luyện các kĩ năng giao tiếp, các kĩ năng liên môn, thái độ làm việc và động cơ học tiếng Pháp chuyên ngành của sinh viên. Hai loại dữ liệu chính sẽ được thu thập và phân tích: các văn bản ngôn ngữ của sinh viên (bài kiểm tra, bài viết báo cáo, ghi âm hoặc quay video bài thuyết trình) và các ý kiến đánh giá của sinh viên và các giáo viên tham gia dự án (bảng hỏi và phỏng vấn). Mô hình dự án khởi nghiệp cũng sẽ được đánh giá để hoàn thiện áp dụng trong tương lai.

**CHƯƠNG 3: TIẾN HÀNH DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP**

 Nội dung chính của chương 2 giới thiệu ba giai đoạn đầu tiên của đề tài nghiên cứu hành động.

 Bước đầu tiên của nghiên cứu hành động được trình bày: xác định các vấn đề trong việc dạy / học tiếng Pháp chuyên ngành và đặc biệt tiếng Pháp marketing bằng cách tiến hành nghiên cứu tài liệu, khảo sát bảng câu hỏi với lớp khóa trước sau khi học phần tiếng Pháp marketing và phát hiện vấn đề của lớp sẽ áp dụng dự án Khởi nghiệp. Kết quả cho thấy có rất nhiều vấn đề: động cơ học tập kém, lớp học lệch, các hạn chế về kiến thức ngôn ngữ, kĩ năng nói và viết, thiếu thời gian giảng dạy.

Giai đoạn hai của nghiên cứu là lập kế hoạch cho dự án khởi nghiệp. Đầu tiên, chúng tôi trình bày về đối tượng sinh viên, giáo viên tham gia dự án, khối lượng thời gian, thời gian biểu, lớp học, thiết bị... Sau đó, chúng tôi tóm tắt chủ đề và mục tiêu của học phần tiếng Pháp marketing. Ý tưởng của dự án dựa trên chương trình tiếng Pháp marketing, lấy cảm hứng từ chương trình "Chuyến xe Khởi nghiệp số 48" (kênh VTV3, đài truyền hình quốc gia Việt Nam). Dự án sẽ được tổ chức dựa trên cuộc thi khởi nghiệp. Các nhóm sẽ phải trình bày "Kế hoạch khởi nghiệp" qua báo cáo viết và bài thuyết trình trước khi ban giám khảo gồm các giáo viên tiếng Pháp chuyên ngành, giáo viên khởi nghiệp, chuyên gia marketing của một hãng du lịch. Dự án có rất nhiều mục tiêu: không chỉ các mục tiêu yêu cầu trong chương trình, mà còn giải quyết các vấn đề của sinh viên trước dự án và đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Dựa trên mô hình dự án khởi nghiệp của B. Bourdages và cộng sự (2006), phương pháp nghiên cứu thị trường của Fayolle (2008), trên cơ sở tôn trọng nguyên tắc "*learning by doing*" của J Deway và tránh các biến thể dự án (năng suất, kỹ thuật và cảm xúc), dự án được lên kế hoạch theo 4 bước chính:

Các tài liệu tham khảo của dự án được phân loại và hệ thống hóa. Ngoài các tài liệu được sử dụng trong giáo trình, giáo viên còn chuẩn bị rất nhiều tài liệu bổ sung như video, các bản nghiên cứu thị trường, tài liệu phi văn bản, các bảng hướng dẫn dự án, hợp đồng dự án.

Giai đoạn ba của nghiên cứu, áp dụng dự án (từ tháng 2 đến tháng 5 năm 2018), được mô tả chi tiết.

***Bước 1: Giới thiệu dự án khởi nghiệp và chia nhóm***

Đây là giai đoạn tiếp cận và lập kế hoạch dự án. Đầu tiên, sinh viên đã hiểu mục tiêu của chương trình tiếng Pháp marketing thông qua việc đọc nhanh các nội dung và tài liệu trong sách trình. Sau đó, giáo viên đã giới thiệu cho sinh viên về dự án khởi nghiệp (khái niệm “khởi nghiệp”, giá trị đem lại, v.v.). Sau đó, giáo viên giúp sinh viên hiểu được mục tiêu dự án, các bước tiến hành, chia nhóm và phương pháp đánh giá dự án. Sinh viên phải hiểu các yếu tố này trước khi kí vào bản cam kết tham gia dự án. Phần cuối, mỗi nhóm bắt đầu tìm ý tưởng cho dự án bằng cách viết một văn bản khoảng 120 từ, một nhiệm vụ giúp huy động ý tưởng để đưa sinh viên bắt đầu tham gia vào cuộc thi dự án khởi nghiệp. Giai đoạn đầu tiên diễn ra trong 2 buổi học, tổng cộng 4 tiết 55 phút, gồm các mục tiêu ngôn ngữ: hiểu các video về khởi nghiệp, khám phá nhanh giáo trình, kí cam kết và viết một văn bản ngắn để giải thích lý do lựa chọn ý tưởng dự án.

***Bước 2: Nghiên cứu thị trường***

Dựa trên phương pháp của Fayolle (2008), nghiên cứu thị trường bắt đầu bằng nghiên cứu cơ hội, nghĩa là nghiên cứu về nhu cầu, về đối thủ cạnh tranh, môi trường kinh doanh. Đây cũng là những mục tiêu của bài học đầu tiên của giao trình trong đó học sinh được học các khái niệm *marketing, nghiên cứu thị trường*, cách đọc và viết bảng hỏi để nghiên cứu thị trường. Giáo viên đã thêm một kỹ năng khác: biết cách đọc và nhận xét các tài liệu phi văn bản để giúp người học viết một báo cáo nhóm khoảng 5 trang về phân tích thị trường. Đây là bài tập viết dài sử dụng các kiến thức và kĩ năng của môn Phương pháp nghiên cứu khoa học và môn Marketing căn bản, hai học phần sinh viên đã học. Giai đoạn thứ hai này gồm 2 buổi, tổng cộng 4 tiết 55 phút và một tuần làm việc tại nhà, nhằm mục đích quan sát và viết một bảng hỏi khảo sát thị trường, luyện viết câu hỏi, viết một báo cáo nhóm, dạng bài tập dài hơn các bài viết quen thuộc của sinh viên.

***Bước 3. Đề xuất giải pháp marketing***

Chủ đề của bốn bài học tiếp theo trong chương trình thuộc về bước nghiên cứu lựa chọn giải pháp marketing phù hợp với thị trường theo mô hình Fayolle (2008): xây dựng sản phẩm (bài 2), chọn kênh phân phối (bài 3), phương pháp quảng cáo (bài 4) và lực lượng bán hàng (bài 5). Sau khi nghiên cứu các yếu tố ngôn ngữ trong bài, sinh viên đã thực hiện các hoạt động nghe-nói liên quan đến các chủ đề vừa học. Cuối các bài, sinh viên áp dụng các kiến thức đó để viết báo cáo nhóm số hai. Chủ đề của báo cáo này yêu cầu đề xuất các biện pháp marketing cho dự án khởi nghiệp nhóm, dựa theo mô hình 4P (sản phẩm, giá cả, địa điểm và khuyến mãi), là một mô hình đã được học trong môn Marketing căn bản. Báo cáo số 2 cũng là một bài tập viết nhóm dài đòi hỏi nội dung logic với kết quả nghiên cứu thị trường đã viết trong báo cáo số 1. Bước thứ ba là giai đoạn quan trọng nhất của học phần, kéo dài trong 6 buổi, tổng cộng 12 tiết 55 phút và 3 tuần làm bài tại nhà.

***Bước 4. Đánh giá dự án: cuộc thi Khởi nghiệp***

Cuối dự án khởi nghiệp, mỗi nhóm có hai nhiệm vụ: viết một báo cáo tổng hợp khoảng 10 trang tóm tắt các báo cáo đã được giáo viên chỉnh sửa và chuẩn bị một bài thuyết trình nhóm để thuyết phục ban giám khảo và bạn bè/khán giả tại lớp. Giáo viên đã giải thích các tiêu chí cho báo cáo cuối cùng, cách làm slide và thuyết trình. Giáo viên đã chữa các bài viết-nói cho sinh viên. Trong cuộc thi, các nhóm có 20 phút để trình bày dự án của mình và trả lời các câu hỏi của ban giám khảo cũng như của các nhóm khác. Buổi cuối cùng, giáo viên đã tổng kết dự án và thông báo nội dung ôn tập bài kiểm tra cuối học phần, do giáo viên bộ môn tiếng Pháp soạn. Giai đoạn cuối cùng diễn ra trong 4 buổi, tổng cộng 10 tiết 55 phút, bao gồm 3 buổi 2 tiết và một buổi 4 tiết trình bày dự án khởi nghiệp.

Tóm lại, 7 nhóm, gồm 35 sinh viên, đã tham gia vào cuộc thi Khởi nghiệp, ban giám khảo gồm các chuyên gia kinh tế và marketing. Sinh viên đã tuân thủ thời gian và các tiêu chí đánh giá khi trình bày dự án qua báo cáo viết và thuyết trình trước lớp.

**CHƯƠNG 4: THU THẬP VÀ XỬ LÝ DỮ LIỆU**

Để trả lời các câu hỏi nghiên cứu, mười loại dữ liệu đã được thu thập trước, trong và sau khi thực hiện dự án khởi nghiệp.

**Bảng 5.4: Bảng tóm tắt thu thập và xử lý dữ liệu.**

| ***Thể loại*** | ***Thời gian*** ***thu thập*** | ***Mục tiêu đánh giá*** | ***Phương pháp phân tích*** | ***Phụ lục*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bài kiểm tra đầu vào** | Trước dự án | *Đánh mã sinh viên theo trình độ**Xác định các khó khăn đầu vào*  | Phân tích định lượng  | 3.1 |
| **Bài kiểm tra trước và sau dự án** | Trước và sau dự án | *Ảnh hưởng đến việc luyện viết bài ngắn* | Kết hợp phân tích định lượng và định tính | 3.2 |
| **Báo cáo** | Giai đoạn 2,3,4 | *Ảnh hưởng đến việc viết báo cáo dài* | Kết hợp phân tích định lượng và định tính | 3.3 |
| **Thuyết trình** | Trước và giai đoạn 4 | *Ảnh hưởng đến kĩ năng nói* | Kết hợp phân tích định lượng và định tính | 3.4 |
| **Phiếu thông tin** | Trước dự án | *Ảnh hưởng đến động cơ học tập* | Phân tích định lượng | 3.5 |
| **Nhật kí cá nhân**  | Giai đoạn 1,2,3  | *Ảnh hưởng đến động cơ học tập* | Phân tích định lượng | 3.6 |
| **Sổ ghi chép nhóm**  | Giai đoạn 2,3 | *Ảnh hưởng đến kĩ năng thái độ làm việc nhóm* | Phân tích định lượng | 3.7 |
| **Bảng hỏi điều tra sinh viên**  | Sau dự án  | *Ảnh hưởng đến việc tiếp thu kiến thức, kĩ năng và cải thiện kĩ năng liên môn và thái độ làm việc* *Ảnh hưởng đến động cơ học tập**Đánh giá quy trình áp dụng dự án* | Phân tích định lượng | 3.8 |
| **Phỏng vấn sinh viên** | Sau dự án | *Ảnh hưởng đến việc tiếp thu kiến thức, kĩ năng và cải thiện kĩ năng liên môn và thái độ làm việc* *Ảnh hưởng đến động cơ học tập**Đánh giá quy trình áp dụng dự án* | Phân tích định tính | 3.9 |
| **Phỏng vấn giáo viên** | Sau dự án | *Ảnh hưởng đến việc tiếp thu kiến thức, kĩ năng và cải thiện kĩ năng liên môn và thái độ làm việc* *Ảnh hưởng đến động cơ học tập**Đánh giá quy trình áp dụng dự án*  | Phân tích định tính | 3.10 |

Sau khi mã hóa các sinh viên tham gia, dữ liệu nghiên cứu được xử lý theo hai phương pháp: định lượng và định tính. Kết quả các bài viết ngắn, thuyết trình của 35 sinh viên được kiểm định T de student (phần mềm SPSS bản 20). Một số bài được phân tích định tính để củng cố kết quả phân tích định lượng. Vì số lượng bài báo cáo nhóm (N=7, ˂30, không đủ sử dụng kiểm định T de Student) kết quả các bài báo cáo được so sánh điểm trung bình thông qua Excel và phân tích định tính nhằm nghiên cứu sự tiến bộ khi viết nhóm của sinh viên. Bảng hỏi sinh viên, sổ nhật ký các nhân và bảng đánh giá nhóm được nhập vào bảng Excel, được so sánh và trình bày dưới dạng tài liệu phi văn bản tạo điều kiện cho các phân tích trong các phần sau. Các cuộc phỏng vấn được ghi âm, viết ra bằng tiếng Việt, nhóm thành các chủ đề khác nhau. Một số ý kiến của người được phỏng vấn, được dịch sang tiếng Pháp làm ví dụ minh họa và được phân loại trong các bảng để củng cố kết quả phân tích các dữ liệu định lượng. Tổng hợp các kết quả nghiên cứu định lượng và định tính cung cấp dữ liệu để trả lời các câu hỏi nghiên cứu của đề tài.

**CHƯƠNG 5: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

Chương 5 giới thiệu kết quả nghiên cứu trên cơ sở phân tích và đối chiếu nhiều dữ liệu định lượng và định tính về ảnh hưởng của dự án khởi nghiệp đến việc học tiếng Pháp marketing.

**5.1. Phân tích dữ liệu về kĩ năng viết**

 Kết quả phân tích các bài kiểm tra viết của sinh viên qua kiểm định t de Student cho thấy dự án đã có ảnh hưởng rất tích cực đến kĩ năng viết của sinh viên nói chung và trong từng tiêu chí đánh giá nói riêng: diễn đạt ý, liên kết ý, tôn trọng yêu cầu đề bài, kiến thức từ vựng và ngữ pháp.

**Bảng 5.1. Tóm tắt kết quả kiểm định T de Student bài kiểm tra viết ngắn**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Levene's Test for Equality of Variances | t-test for Equality of Means |  |
| F | Sig. | t | df | p | Mean Difference |  |
|  |
| Đúng yêu cầu đề bài | 30,666 | 0,000 | -3,455 | 68 | **0,001\*\*** | -0,229 |  |
| Diễn đạt ý | 19,118 | 0,000 | -3,381 | 68 | **0,001\*\*** | -0,593 |  |
| Mở/ kết bài | 0,988 | 0,324 | -3,482 | 68 | **0,001\*\*** | -0,257 |  |
| Liên kết ý | 17,155 | 0,000 | -3,970 | 68 | **0,000\*\*\*** | -0,300 |  |
| Từ vựng | 12,410 | 0,001 | -4,036 | 68 | **0,000\*\*\*** | -0,450 |  |
| Ngữ pháp | 15,199 | 0,000 | -3,993 | 68 | **0,000\*\*\*** | -0,443 |  |
| Điểm tổng | 31,054 | 0,000 | -4,162 | 68 | **0,000\*\*\*** | **-2,271** |  |

 ***(p ˃ 0,05 : khác biệt không có ý nghĩa ;***

 ***p từ 0,01 đến 0,05 : khác biệt có ý nghĩa\****

 ***p từ 0,001 đến 0,01 : khác biệt rất ý nghĩa\*\****

 ***p ˂ 0,001 : khác biệt cực kì ý nghĩa\*\*\*)***

Kết quả phân tích các bài báo cáo nhóm, ý kiến đánh giá trong bảng hỏi và phỏng vấn sau dự án cho kết quả tương tự. Trong bảng hỏi, sinh viên cũng khẳng định kĩ năng viết là kĩ năng ngôn ngữ tiến bộ nhất trong dự án. Sinh viên được phỏng vấn giải thích sự tiến bộ này là do chủ đề dự án hấp dẫn, phương pháp giảng dạy tốt, thái độ làm việc nhóm tích cực của các thành viên.

**5.2. Phân tích dữ liệu về kĩ năng nói**

Phân tích các bài thuyết trình qua kiểm định t de Student cho thấy dự án khởi nghiệp có ảnh hưởng rất ý nghĩ đến kĩ năng nói của sinh viên nhất là các tiêu chí diễn đạt ý, mở bài, ngữ pháp và phát âm. Từ vựng và liên kết ý chưa thấy sự tiến bộ có ý nghĩa.

**Bảng 5.3. Tóm tắt kết quả kiểm định T de Student bài thuyết trình**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Levene's Test for Equality of Variances | t-test for Equality of Means |
| F | Sig. | t | df | P | Mean Difference |
|
| Mở bài | 0,070 | 0,793 | -4,440 | 62 | **0,000\*\*\*** | -0,242 |
| Diễn đạt ý | 5,414 | 0,023 | -4,193 | 62 | **0,000\*\*\*** | -0,531 |
| Liên kết ý | 0,323 | 0,572 | -0,611 | 62 |  **0,543** | -0,047 |
| Từ vựng | 0,535 | 0,467 | -1,806 | 62 |  **0,076** | -0,117 |
| Ngữ pháp | 11,611 | 0,001 | -3,644 | 62 | **0,001\*\*** | -0,148 |
| Phát âm | 0,114 | 0,737 | -2,070 | 62 | **0,043\*** | -0,172 |
| Ngôn ngữ cơ thể | 15,093 | 0,000 | -1,978 | 62 |  **0,052** | -0,117 |
| Điểm tổng | 4,826 | 0,032 | -3,876 | 62 | **0,000\*\*\*** | **-1,375** |

Kết quả phân tích bảng hỏi và phỏng vấn củng cố kết quả phân tích bài thuyết trình. Trong bảng hỏi, sinh viên khẳng định kĩ năng nói là một trong hai kĩ năng tiến bộ nhất trong dự án. Sinh viên đưa ra bốn lí do giải thích sự tiến bộ trong các bài thuyết trình: luyện tập nhiều, làm việc nhóm tốt, cô giáo chữa bài, chuẩn bị trước câu hỏi để trả lời ban giám khảo. Giáo viên đánh giá cao thái độ và kết quả làm việc của các nhóm nhưng cho rằng khả năng phát âm và trả lời câu hỏi của sinh viên cần cải thiện hơn.

**5.3.** **Phân tích dữ liệu về kiến thức ngôn ngữ**

Kết quả so sánh đối chiếu các dữ liệu cho chúng tôi thấy dự án khởi nghiệp đã cải thiện khá tốt kiến thức ngôn ngữ của sinh viên. Sự tiến bộ thể hiện trong các bài viết và nói của sinh viên. Thực vậy, kết quả kiểm định t de Student các bài viết ngắn cho thấy từ vựng và ngữ pháp trong các bài viết trước và sau dự án có sự khác biệt rất có ý nghĩa: trung bình sinh viên tiến bộ 0,3 và 0,45 trên 2 điểm. Kết quả kiểm định t de Student các bài thuyết trình trước và cuối dự án cũng cho thấy khả năng phát âm và ngữ pháp của sinh viên có sự khác biệt có ý nghĩa với mức tiến bộ trung bình là 0,148 và 0,171 trên 1 điểm. Kết quả bảng hỏi và phỏng vấn cũng đưa ra kết quả tương tự. Trong bảng hỏi, sinh viên khẳng định dự án đã cải thiện kiến thức ngôn ngữ của mình: tiến bộ nhất là phát âm, sau đó là từ vựng và cuối cùng là ngữ pháp.

**Biểu đồ 5.4. Sự tiến bộ về kiến thức ngôn ngữ trong dự án**

* 1. **Phân tích dữ liệu về kĩ năng liên môn và thái độ làm việc**

Kết quả phân tích các dữ liệu định lượng và định tính cho thấy thành công lớn nhất của dự án là cải thiện các kĩ năng liên môn *( làm việc nhóm, quản lý thời gian, kĩ năng tìm tài liệu, kĩ năng tin học, kĩ năng tự học*) và thái độ làm việc của sinh viên (*sáng tạo, tinh thần trách nhiệm, sự đoàn kết và cố gắng*).

**Biểu đồ 5.6. Ảnh hưởng của dự án đến kĩ năng liên môn và thái độ làm việc**

Theo sinh viên, sự tiến bộ này xuất phát từ áp lực thời gian của dự án, chủ đề dự án thú vị, số lượng thành viên trong nhóm hợp lý. Giáo viên cho rằng dự án tổ chức dưới hình thức cuộc thi đã khuyến khích sinh viên đầu tư thực hiện các nhiệm vụ của dự án để thể hiện khả năng sáng tạo của mình nhằm đạt giải thưởng.

* 1. **Phân tích dữ liệu về động cơ học tập của sinh viên**

Nhiều dữ liệu định lượng và định tính về động cơ học của sinh viên đã được thu thập trước, trong và sau dự án. Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm thực nghiệm sau đó sẽ được so sánh với động cơ của sinh viên khóa trước (điều tra ngay sau khi học tiếng Pháp marketing) nhằm đánh giá động cơ học tiếng Pháp của sinh viên thông qua dự án khởi nghiệp

**Biểu đồ 5.10. So sánh động cơ học tập của sinh viên**

Kết quả phân tích cho thấy, trước dự án sinh viên lớp thực nghiệm có động cơ học tiếng Pháp ở mức trung bình. Đầu dự án, ngay sau giai đoạn giới thiệu và lên kế hoạch dự án khởi nghiệp, động cơ học tập của sinh viên đã có thay đổi đáng kể với mức khác biệt trung bình là 0,3 điểm khi đa số sinh viên đã hiểu mục tiêu dự án là không chỉ học các kiến thức và kĩ năng ngôn ngữ mà còn rèn luyện các kĩ năng mềm cần thiết cho công việc trong tương lai. Sinh viên tuyên bố sẽ dành thời gian cho dự án và thể hiện sự tin tưởng dự án của mình sẽ thành công. Cuối dự án, sinh viên khẳng định động cơ học tập tốt với mức tiến bộ là 0,94 điểm so với các học phần tiếng Pháp chuyên ngành trước và 0,82 điểm so với trung bình động cơ sau học phần marketing của sinh viên khóa trước. Hai giáo viên và chuyên gia marketing cũng đánh giá cao động cơ học tập và khao khát thành công của sinh viên trong khi thực hiện dự án và nhận thấy sự tự tin, sự nhiệt tình và tập trung trong buổi thi thuyết trình khởi nghiệp...

Sự tiến bộ trong động cơ của sinh viên tham gia dự án xuất phát từ chủ đề dự án thú vị, dự án giúp cải thiện kiến thức, kĩ năng ngôn ngữ cũng như kĩ năng liên môn cần thiết cho sinh viên năm cuối viết khóa luận và thích nghi tốt với công việc tương lai. Giáo viên cho rằng dự án đã cho sinh viên cơ hội được thực hành ngôn ngữ, áp dụng kiến thức, kĩ năng vào thực tế, sinh viên được sáng tạo và thể hiện mình trước thày cô và bạn bè.

* 1. **Phân tích dữ liệu về đánh giá quy trình dự án**

Các mặt mạnh cũng như mặt hạn chế của dự án được làm sáng tỏ qua kết quả phân tích và đối chiếu các dữ liệu định lượng và định tính.

***Điểm mạnh của mô hình nghiên cứu***

Kết quả phân tích bảng hỏi và bảng phỏng vấn sinh viên, giáo viên tham gia dự án và kinh nghiệm cá nhân khi tiến hành nghiên cứu đã giúp chúng tôi khẳng định được ba điểm mạnh lớn nhất của mô hình nghiên cứu.

Thứ nhất, *chủ đề và nội dung dự án*, “cuộc thi khởi nghiệp”, rất phù hợp với chuyên ngành của sinh viên quản trị kinh doanh và chủ đề của học phần tiếng Pháp marketing, tạo cơ hội cho sinh viên thực hành các kiến thức và kĩ năng ngôn ngữ, áp dụng được các kiến thức liên môn học trong dự án như kiến thức từ môn marketing, môn quản trị dự án, môn phương pháp nghiên cứu khoa học, kĩ năng tin học... Hơn nữa, chủ đề dự án gắn liền với thời sự kinh tế xã hội. Những năm gần đây, chính phủ đang đưa rất nhiều chính sách khuyến khích khởi nghiệp, truyền thông nói rất nhiều về chủ đề này đã tạo sự động lực cho sinh viên khi tham gia dự án.

Điểm mạnh thứ hai chính là *phương pháp giảng dạy* được áp dụng. Thực vậy, phương pháp dự án đã đề cao tính tự chủ trong học tập của sinh viên khi thay đổi mối quan hệ giữa giáo viên và sinh viên. Khác với truyền thống là chỉ giảng dạy và đánh giá, giáo viên dạy theo phương pháp dự án chịu trách nhiệm lập kế hoạch và hướng dẫn sinh viên. Giáo viên đóng vai trò là người hướng dẫn, tạo động lực và đánh giá kết quả dự án. Sinh viên tự xây dựng kiến thức và rèn luyện kĩ năng của mình khi tham gia làm nhóm. Việc thay đổi vai trò giữa giáo viên và sinh viên này thật sự đã tạo động lực cho sinh viên và giúp tăng cường hiệu quả học tập trong học phần tiếng Pháp marketing. Mô hình dự án khởi nghiệp này là một ví dụ tốt cho việc áp dụng nguyên tắc *learning by doing (Học đi đôi với hành*) của J. Deway.

Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy ưu điểm lớn nhất của mô hình chính là những *ảnh hưởng tích cực của dự án khởi nghiệp* giúp giải quyết các vấn đề về ngôn ngữ và tâm lý của sinh viên trước dự án. Thực vậy, động cơ học tập của sinh viên đã tiến bộ rõ rệt và cao hơn khóa trước. Ngoài tiến bộ khi viết các bài ngắn và kĩ năng thuyết trình, sinh viên được làm quen với viết các bài báo cáo dài hơn 10 trang, rất tốt cho nhiệm vụ viết báo cáo tốt nghiệp vào năm cuối. Hơn nữa, dự án còn giúp sinh viên rèn luyện các kĩ năng và các phẩm chất cần thiết để đáp ứng thị trường lao động: sự sáng tạo, tinh thần trách nhiệm, sự nỗ lực, kĩ năng làm nhóm và quản lý thời gian...

***Hạn chế và đề xuất hoàn thiện mô hình nghiên cứu***

 Sinh viên và giáo viên tham gia dự án đã đưa ra nhiều giải pháp cho một số hạn chế của mô hình nghiên cứu: *thiếu thời gian, cách lập nhóm, đánh giá cá nhân trong bài nhóm và nội dung khởi nghiệp*.

 Giải pháp đầu tiên liên quan đến nhược điểm số tiết dành cho học phần tiếng Pháp marketing hạn chế (30 tiết/55 phút). Sinh viên đề xuất kết hợp học phần tiếng Pháp nhân sự và tiếng Pháp marketing. Giải pháp này sẽ cho phép giáo viên làm phong phú nội dung và lên kế hoạch tốt hơn cho các giai đoạn của dự án cũng như các hình thức trình bày kết quả: sinh viên không chỉ viết nhiều báo cáo, mà có thể tổ chức các bài thuyết trình nhỏ sau mỗi giai đoạn của dự án thay vì một bài duy nhất vào cuối dự án nhằm tăng cơ hội cải thiện kĩ năng nói của sinh viên. Ngoài ra, do thiếu thời gian, một số sinh viên đánh giá giáo viên dạy nhanh. Khi gộp 2 học phần, giáo viên có thêm thời gian nên có thể bổ sung các bài tập, chữa lỗi ngôn ngữ để tạo điều kiện cho tất cả sinh viên kể cả những người yếu nhất tiếng Pháp tiếp thu tốt bài học.

 Việc chia nhóm dự án dựa trên việc sinh viên xung phong làm nhóm trưởng, nhóm trưởng lần lượt chỉ định các thành viên về nhóm của mình với mục đích nhanh chóng tạo ra sự đồng thuận, hiểu biết và hợp tác trong nhóm. Tuy nhiên, nếu nhóm trưởng không đủ phẩm chất lãnh đạo sẽ khó thuyết phục các thành viên khác trong nhóm nghe theo. Vậy, bên cạnh việc chọn sinh viên xung phong làm nhóm trưởng, giáo viên cần gợi ý trước một số tiêu chí về kĩ năng, phẩm chất giúp sinh viên định hướng việc chọn nhóm trưởng phù hợp. Việc chọn các thành viên trong nhóm, thay vì chỉ dựa vào quyết định của nhóm trưởng thì ngược lại giáo viên nên cho sinh viên quyền được “từ chối” hai lần để tạo sự đồng thuận hơn trong nhóm. Giáo viên/ người hướng dẫn nên khuyên nhóm trưởng chọn các thành viên có kĩ năng có thể bổ sung lẫn nhau. Số lượng thành viên trong nhóm lí tưởng là từ 3 đến 5, tối đa là 6.

 Dự án khởi nghiệp dựa trên việc các nhóm tự đánh giá đóng góp của cá nhân trong bài tập nhóm qua Bảng đánh giá nhóm. Tuy nhiên, thực tế phương pháp này tỏ ra ít hiệu quả. Sinh viên Việt Nam nhìn chung thường không dám làm “mất mặt” bạn khi phê bình hay cho bạn điểm kém. Giải pháp tốt hơn để đánh giá công sức từng thành viên là giáo viên trao điểm thưởng cho thành viên đóng góp tốt trong bài tập nhóm.

Giải pháp cuối cùng liên quan đến nội dung dự án khởi nghiệp. Thực tế, giáo viên tiếng Pháp chuyên ngành rất khó để giúp sinh viên đi sâu vào nội dung khởi nghiệp, thuộc chuyên ngành kinh tế. Giáo viên/nhà nghiên cứu chỉ dừng ở nhiệm vụ giúp đỡ mặt ngôn ngữ cho sinh viên: chữa lỗi ngôn ngữ, rèn luyện kĩ năng ngôn ngữ trên cơ sở tôn trọng mọi đề xuất về khởi nghiệp sinh viên đưa ra. Ý thức về hạn chế này, giáo viên/nhà nghiên cứu đã mời ban giám khảo chuyên ngành đến đánh giá và trao giải cho cuộc thi ý tưởng khởi nghiệp. Mặc dù ban giám khảo đánh giá cao ý tưởng của sinh viên (khả thi, logic, rõ ràng và sáng tạo) nhưng dự án sẽ tốt hơn nếu mời một giáo viên/chuyên gia đến ngay một hai buổi đầu của dự án để giải đáp các thắc mắc của sinh viên về cách chọn ý tưởng khởi nghiệp, phương pháp triển khai và tiêu chí đánh giá dự án.

Tóm lại, sinh viên và giáo viên tham gia đã đề xuất nhiều giải pháp khắc phục các mặt hạn chế của dự án.

**PHẦN KẾT LUẬN**

 Nghiên cứu có mục tiêu đánh giá ảnh hưởng của việc áp dụng dự án khởi nghiệp đến việc cải thiện kiến thức, kĩ năng ngôn ngữ, kĩ năng liên môn, thái độ làm việc và động cơ học tập của sinh viên. Nghiên cứu đồng thời đánh giá mô hình áp dụng dự án nhằm cải thiện các vấn đề trong việc dạy và học tiếng Pháp chuyên ngành của trường đại học Thương mại, đáp ứng tốt hơn đòi hỏi của thị trường lao động.

Dự án khởi nghiệp đã được áp dụng vào học phần tiếng Pháp marketing trong vòng ba tháng (từ tháng 2 đến tháng 5 năm 2018) cho một lớp gồm 35 sinh viên năm thứ 3 ngành quản trị kinh doanh, đại học Thương mại.

Kết quả phân tích các dữ liệu định lượng và định tính cho phép trả lời hai câu hỏi nghiên cứu đã đặt ra.

***Câu hỏi 1. Ảnh hưởng của dự án khởi nghiệp đến việc cải thiện kiến thức, kĩ năng ngôn ngữ, kĩ năng và thái độ làm việc.***

Kết quả đầu tiên sau khi phân tích các bài kiểm tra viết ngắn cá nhân và bài báo cáo tập thể cho thấy dự án đã có những *ảnh hưởng rất tích cực* *đến kĩ năng viết* của sinh viên với sự khác biệt cực kì có ý nghĩa giữa hai bài kiểm tra đầu và cuối dự án, giữa các bài báo cáo nhóm. Tất cả các tiêu chí đánh giá đều tiến bộ: diễn đạt ý, liên kết ý, đáp ứng yêu cầu đề bài, từ vựng và ngữ pháp. Trong bảng hỏi và phỏng vấn, sinh viên nhấn mạnh kĩ năng viết là kĩ năng ngôn ngữ tiến bộ nhất sau dự án.

Kết quả phân tích bài thuyết trình và các đánh giá trong bảng hỏi và phỏng vấn khẳng định dự án đã có *ảnh hưởng rất ý nghĩa đến kĩ năng nói* của sinh viên. Sinh viên tiến bộ nhất ở tiêu chí diễn đạt ý, mở bài, ngữ pháp và phát âm. Kết quả phân tích tiêu chí từ vựng và liên kết ý không cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa giữa hai bài thuyết trình. Sinh viên cho rằng kĩ năng nói là một trong hai kĩ năng ngôn ngữ tiến bộ nhất sau dự án. Giáo viên nhận thấy sinh viên cần cải thiện thêm khả năng phát âm và trả lời chất vấn của ban giám khảo.

Kết quả phân tích các bài viết và nói, nhận xét qua bảng hỏi và phỏng vấn cùng chứng minh dự án đã *cải thiện khá tốt kiến thức ngôn ngữ* của sinh viên với mức khác biệt cực kì có ý nghĩa trong bài viết ngắn (từ vựng và ngữ pháp), trong bài nói (ngữ pháp và phát âm)

Kết quả đối chiếu dữ liệu bảng đánh giá nhóm, bảng hỏi và phỏng vấn khẳng định *ảnh hưởng tích cực nhất của dự án* *là tiến bộ của sinh viên trong các kĩ năng* (làm nhóm, quản lý thời gian, tìm tài liệu, kĩ năng tin học, kĩ năng tự học) *và thái độ làm việc* (sáng tạo, trách nhiệm, đoàn kết và nỗ lực)

Tóm lại, việc đối chiếu kết quả phân tích nhiều dữ liệu định lượng và định tính khẳng định giả thuyết nghiên cứu đầu tiên : *ảnh hưởng tốt nhất của dự án khởi nghiệp là cải thiện kĩ năng và thái độ làm việc, sau đó đến kĩ năng ngôn ngữ và cuối cùng là kiến thức ngôn ngữ.*

***Câu hỏi 2. Ảnh hưởng của dự án khởi nghiệp đến động cơ học tập của sinh viên***

Trước dự án sinh viên có động cơ học tiếng Pháp ở mức trung bình. Đầu dự án, ngay sau giai đoạn giới thiệu và lên kế hoạch dự án khởi nghiệp, động cơ học tập của sinh viên đã có thay đổi đáng kể khi sinh viên hiểu mục tiêu dự án. Sinh viên tuyên bố sẽ dành thời gian cho dự án và thể hiện dự tin tưởng dự án của mình sẽ thành công. Cuối dự án, sinh viên cho thấy động cơ học tập tốt hơn so với các học phần tiếng Pháp chuyên ngành khác và với động cơ sau học phần marketing của sinh viên khóa trước. Hai giáo viên và chuyên gia marketing cũng đánh giá cao động cơ học tập và khao khát thành công của sinh viên trong khi thực hiện dự án và nhận thấy sự tự tin, sự nhiệt tình và tập trung trong buổi thi thuyết trình khởi nghiệp.

*Tóm lại,* kết quả đối chiếu dữ liệu thu thập trước, trong và sau dự án khẳng định giả thuyết nghiên cứu thứ hai: *động cơ học tập của sinh viên được cải thiện dần và cao hơn mức trung bình của sinh viên khóa trước*.

Khi hai giả thuyết nghiên cứu đã được khẳng định, chúng tôi muốn nhìn lại tiến trình tiến hành dự án khởi nghiệp và phân tích những điểm mạnh và điểm yếu của mô hình nghiên cứu.

Dự án có nhiều ưu điểm: phương pháp giảng dạy, chất lượng làm việc của từng cá nhân và làm việc nhóm tốt, chọn chủ đề và các nội dung trong dự án tốt, lập kết hoạch và các hình thức trình bày kết quả dự án hợp lý, đóng góp của dự án vào việc cải thiện kiến thức, kĩ năng cần thiết cho học tập và đi làm.

 Hạn chế của dự án là thiếu thời gian, cách lập nhóm, việc đánh giá điểm cá nhân trong bài nhóm, tốc độ giảng dạy và nội dung khởi nghiệp cần cải thiện thêm. Sinh viên và giáo viên đưa ra nhiều đề xuất để khắc phục các mặt hạn chế này.

 **Đóng góp của nghiên cứu**

Nghiên cứu có nhiều điểm mới cho việc nghiên cứu lí luận về phương pháp dạy học tiếng Pháp chuyên ngành về mô hình cũng như định hướng nghiên cứu.

Thứ nhất, tuy là lần đầu tiên được áp dụng, dự án khởi nghiệp đã được chứng minh mô hình này phù hợp và hiệu quả cho việc dạy/học tiếng Pháp marketing. Dự án dựa trên nguyên tắc của John Dewey: dạy/học tiếng Pháp marketing là *mục tiêu* của quá trình, phương pháp dự án là *phương pháp giảng dạy* và khởi nghiệp là *kịch bản thực tế* mà người học *đóng một vai trò tích cực* thực hiện dự án nhóm. Dự án được giáo viên lên kế hoạch một cách rõ ràng, mạch lạc và thiết kế rất nhiều tài liệu bổ trợ. Kết quả nghiên cứu thật sự khẳng định sự hiệu quả của mô hình nghiên cứu.

Thứ hai, khi tiếng Pháp đang đóng vai trò ít quan trọng (so với tiếng Anh) cho sinh viên ra trường xin việc, khi động cơ học tập của sinh viên có nhiều vấn đề, việc áp dụng dự án khởi nghiệp vào dạy/học tiếng Pháp chuyên ngành cho thấy khi chủ đề thực sự phù hợp với chuyên ngành và gắn liền với thực tế xã hội, sẽ góp phần khuyến khích sinh viên học tiếng Pháp. Khi đó, ngôn ngữ sẽ thực sự trở thành một công cụ cần thiết cho việc học tập và làm việc của sinh viên.

Thứ ba, ngay khi bắt đầu nghiên cứu, chúng tôi đã tiến hành phỏng vấn với các chuyên gia marketing nhằm mục đích tìm hiểu các yêu cầu của thị trường việc làm, điểm mạnh và điểm yếu của sinh viên mới tốt nghiệp. Điều này cho phép chúng tôi định hướng tốt hơn việc nghiên cứu và giảng dạy tiếng Pháp gắn liền với yêu cầu xã hội góp phần giúp sinh viên nhanh chóng thích nghi với thị trường lao động.

Cuối cùng, ban giám khảo cuộc thi, bao gồm một giáo viên kinh tế và chuyên gia marketing dày dặn kinh nghiệm, thông thạo tiếng Pháp đã đảm bảo chất lượng của dự án khởi nghiệp. Chắc chắn sự hợp tác với giáo viên chuyên ngành và chuyên gia kinh tế ngay từ khi bắt đầu dự án sẽ rất có ích cho việc dạy/học tiếng Pháp chuyên ngành.

Tóm lại, nghiên cứu giảng dạy tiếng Pháp marketing thông qua dự án Khởi nghiệp có 4 yếu tố đặc trưng: (1) Giảng dạy gắn liền với nghiên cứu, (2) Dạy học là tạo hứng thú cho sinh viên, (3) Giảng dạy gắn liền với thực tế kinh tế-xã hội và yêu cầu của thị trường lao động, (4) Dạy tiếng Pháp thương mại là phải phối hợp với giáo viên chuyên ngành và chuyên gia đến từ các công ty. Đây là các yếu tố đã từng được nghiên cứu nhưng sự kết hợp các yếu tố này trong cùng một đề tài là điểm mới của nghiên cứu. Giáo viên Khởi nghiệp tham gia Ban giám khảo của dự án đã phát biểu : “ *Đây là một hướng nghiên cứu rất tích cực, cần áp dụng, phát triển và hoàn thiện nó*.”

***Hướng nghiên cứu tiếp theo***

Trong tương lai, chúng tôi muốn tiếp tục nghiên cứu mở rộng dự án khởi nghiệp hơn bằng cách kết hợp học phần tiếng Pháp marketing và học phần tiếng Pháp nhân sự. Khi có nhiều thời gian hơn, dự án khởi nghiệp sẽ không chỉ giới hạn ở khía cạnh nghiên cứu thị trường và giải pháp marketing mà còn đề cập nhiều khía cạnh khác như nhân sự và môi trường kinh doanh, khía cạnh kinh tế và tài chính... Khi đó, sinh viên sẽ có cơ hội tham gia một dự án khởi nghiệp hoàn chỉnh; kiến thức và kĩ năng của sinh viên sẽ có nhiều tiến bộ hơn. Dự án như vậy sẽ rất cần sự hợp tác chặt chẽ giữa giáo viên tiếng Pháp và giáo viên kinh tế.

Chúng tôi hi vọng sẽ nhân rộng việc áp dụng dự án khởi nghiệp tại trường đại học Thương mại. Chúng tôi sẽ động viên và giúp đỡ các đồng nghiệp cùng áp dụng dự án này, phát huy được các ưu điểm đồng thời khắc phục các mặt hạn chế của dự án. Chúng tôi mong muốn dự án khởi nghiệp sẽ góp phần nâng cao động cơ học tiếng Pháp của sinh viên ở Việt Nam, giúp sinh viên rèn luyện kĩ năng và thái độ làm việc, mở ra hướng nghiên cứu mới giúp sinh viên tiếng Pháp thích nghi tốt với thị trường lao động.

**DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Abry D. (Dir.), Carras C., Tolas J., Kohler P., Szilagyi E., 2007*,* Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue*,* CLE International
2. Ajzen I., 1985, From intentions to actions: A theory of planned behavior, in Action control: From cognition to behavior, Kuhl, J. & J. Beckmann (Eds.), Heide lberg: SpringerVerlag
3. Alrabadi E., 2007, Français sur objectifs spécifiques (FOS) : L'enseignement du français des affaires en Jordanie, Thèse de doctorat, sous la direction de Foued Laroussi, Rouen.
4. Altet, M., 1997, Les pédagogies de l’apprentissage, Paris : PUF.
5. Arpin, L. et Capra, L., 2001, L'apprentissage par projets: fondements, démarche et médiation pédagogique du maître dans la construction des savoirs de l'élève, Chenelière/McGraw-Hill
6. Audet J., 2004, "L’impact de deux projets de session sur les perceptions et intentions entrepreneuriales d’étudiants en administration", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*
7. [Aziz Bouslikhane](http://www.theses.fr/158087704), 2011, Enseignement de l'entrepreneuriat : pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial (L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban ([Léna Ibrahim (Saleh)](http://www.theses.fr/158083199), Thèse de doctorat, sous la direction de Christophe Schmitt, Université de Nancy 2
8. Barlow, M., 1993, Le travail en groupe des élèves, Paris : Armand Colin.
9. Basso, O., Fayolle, A, & Persson, S., 2011. Le coaching comme rélélateur du potential entrepreneurial. *Revue Internationale de Psychosociologie*
10. Beacco, J.-C., 2008, Tâches ou compétences ?, Le Français dans Le Monde, CLE International
11. Beauté, J., 1994, Courants de la pédagogie contemporaine, Lyon : Chronique Sociale.
12. Binon J., Thyrion F., 2007, Le français sur objectifs spécifiques : cadrage et mise en perspective*,* in *Le Langage et l’homme,* vol XXXXII, no 1, E.M.E
13. Boissin J.P, Emin S., 2006, Les étudiants et l'entrepreneuriat : l'effet des formations, Actes de la 15è Conférence de l’Association Internationale de Management Stratégique, 1416 juin, Annecy, France.
14. Bordalo, I., Ginestet, J.-P., 1993, Pour une pédagogie du projet, Paris : Hachette.
15. Boutinet, J.-P., 2005, Anthropologie du projet, Paris : Quadrige/PUF.
16. Bru, M., Not, L., 1991, Où va la pédagogie du projet ?, Toulouse : Éditions Universitaires du Sud.
17. Bruyart, C& Julien, P., 2001, Defining the field of research in entrepreneurship*. Journal of Business Venturing*, Elsevier
18. Bui Thu Giang, 2010, Difficultés rencontrées des étudiants en réalisant le projet de classe, Master sous la direction de Nguyen Van Dung, Ecole de langues et d’études internationales, Université Nationale du Vietnam, Hanoi.
19. Carras C. et al, 2007, Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue, Abry D. (dir.), CLE International, Paris.
20. Carrier, C., Raymond, L., Eltaief, A., 2004, Cyberentrepreneurship: a multiple case study. International Journey of entrepreneurial Behaviour and research, 10 (5)
21. Chauvet, A. et all, 2008, Référentiel des contenus d’apprentissage du FLE en rapport avec six niveaux du Conseil de l’Europe, à l’usage des enseignants de FLE, CLE international.
22. Chardenet, P. et Blanchet, P., (2011), Guide pour la recherche en didactique des langues et des cultures, EAC des archives contemporaines.
23. Chen C.C., Greene P.G. & Crick A., 1998, Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?, *Journal of Business Venturing*, vol.13, n°4
24. Claparède, E., 1931, L'éducation fonctionnelle, Delachaux Et Niestle.
25. Cohen, L.et Manon, L., 1980, Research Methods in Education, London: Croom Helm.
26. Conseil de l’Europe, 2001, Cadre européren commun de référence pour les langues, Didier
27. Cornu, F., Vergnioux, A., 1992, La didactique en questions, Paris : CNDP/Hachette.
28. Cox, L.W., S.L. Mueller et S.E. Moss, 2002/2003, The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy, *International Journal of Entrepreneurship Education* 1(2)
29. Decroly, O., 1921, Causerie, In Ecole Decroly-Ermitage, Centre d’Etude decrolyenne
30. Dewey J., 1968, Expérience et éducation, trad. Marie-Anne Carroie, Paris : Armand Colin. [éd. américaine : 1938].
31. Do Thi Bich Thuy, 2011, Les impacts de la révision collaborative étayée, Thèse de doctorat sous la direction de Daniel Veronique et de Nguyen Van Dung, Université de Provence
32. Do Thi Thu Giang, 2014, Enseignement du français commercial dans des écoles supérieures d’économie au Vietnam : Représentations et propositions d’amélioration, Thèse de doctorat sous la direction de Nguyen Lan Trung et Nguyen Van Dung, Ecole de langues et d’études internationales, Université Nationale du Vietnam, Hanoi.
33. Drucker P.F., 1985, Innovation and entrepreneurship, New York: Harper & Row.
34. Ehrlich S.B., De Noble A.F., Jung D., Pearson D., 2000, The Impact of Entrepreneurship Training Programs on an Individual’s entrepreneurial Self-Effiocacy, *Frontiers of Entrepreneurship Research,* Babson Conference Proceedings.
35. Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N., 2006, Mesure de l’effet à court et à long terme d’un programme d’enseignement de l’entrepreneuriat sur l’intention entrepreneuriale des participants, Actes du 8è Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 25-27 octobre 2006, Fribourg, Suisse.
36. Fayolle, A., 2014, Entrepreneuriat. Apprendre à Entreprendre. Paris : Dunod.
37. Freinet C., 1966, Mémento d’école Moderne : vers l’individualisation de l’enseignement par la pédagogie Freinet, Dossier pédagogique de l’Ecole Moderne n°19, Cannes, CEL
38. Gasse Y., 2003, L’influence du milieu dans la création d’entreprise, *Organisations et territoires*, Vol. 12, n°2
39. Gauthier, B.et all, 2006, Evaluation practice in Canada: Result of a national survey, The Canadian Journal of Program Evaluation, suppl. Special Issue; Toronto Vol. 21, Iss. 3
40. GFEN, 2010, 25 pratiques pour enseigner les langues, Lyon : Chronique sociale.
41. Gibb A., 1992, The enterprise culture and education. Understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals », International Small Business Journal.
42. Godard, E. et all, 2006, Les clés du nouveau DELF B1, Barcelone : Difusiόn Français langue étrangère.
43. Grégoire, R. et Laferrière, T., 2001, Apprendre ensemble par projet avec l’ordinateur en réseau, Canada's Schoolnet
44. Ha Thi Mai Huong, 2015, Innovation dans l’enseignement, oui, mais comment nos apprenants la vivent-ils ?Synergies Pays Riverains du Mékong n° 7
45. Hostein G., 2010, Les langues en entreprises : de l’analyse des situations de travail à la conception de parcours de professionnalisation par les langues, Projet de Thèse, sous la direction de J. Boutet, Paris 7.
46. Huber, M., 2005a, Apprendre en projets : la Pédagogie du projet-élèves, Lyon : Chronique sociale.
47. Huber, M., 2005b, Conduire un projet-élèves, Paris : Hachette Éducation.
48. Hubert M., 1999, Apprendre en projets : la pédagogie du projet-élèves. Lyon : Chronique sociale.
49. Jeanne B., 1996, Du projet d'enseignement au projet d'apprentissage de l'élève, Thèse de doctorat, sous la direction de Michel Tardy, Université de Strasbourg 1
50. Kilpatrick, W. H., 1918, The project method, Teachers College Record
51. Kocourek R., 1991, La langue française de la technique et de la science, Brandstetter Verlag.
52. Kuratko D.F., 2005, The emergence of entrepreneuship education: development, trends and intentions, Journal of Business Venturing.
53. L’Homme, M., 2011, Y at-il une langue de spécialité? Points de vue pratique et théorique, Langues et linguistique, numéro spécial. Journées de linguistique.
54. Lacourarie, L. et Mattioli, M., 2015, The Best Presentation Competition - Un projet pour motiver des étudiants en marketing, Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité, Vol. XXXIV N° 2
55. Le Quan, 2003, La création d’entreprises par les jeunes : le cas du Vietnam, Thèse de doctorat ès Sciences de gestion, sous la direction de Paturel R., Laboratoire ERMMES, Université du Sud Toulon Var.
56. Le Thi Phuong Thu, 2012, Application de la pédagogie de projet à l’enseignement/ apprentissage de l’expression orale chez les étudiants de la deuxième année du Département de Français de l’ENSH, Master sous la direction de Trinh Duc Thai, Ecole de langues et d’études internationales, Université Nationale du Vietnam, Hanoi.
57. Lebrun, M., 2007a, Des technologies pour enseigner et apprendre, Bruxelles : De Boeck.
58. Lehmann D., 1990, Avons-nous toujours besoin des besoins langagiers ?, in Beacco J.C. et D. Lehmann (1990), *Publics spécifiques et communication spécialisée,* Le Français dans le monde, Recherches et applications, août-septembre, Paris, Hachette.
59. Lehmann D., 1993, Objectifs spécifiques en langue étrangère, Hachette, Paris.
60. Lévy.L., 2014, Mercator, DUNOD, Paris
61. Luong Minh Huan et al, 2018, Rapport des indices entrepreneuriaux du Vietnam 2017/2018, Chambre de Commerce et d’Industrie du Vietnam (VCCI)
62. Mac Thi Kim Oanh, 2011, Application de la pédagogie du projet à l’enseignement du français dans des classes bilingues au lycée Tran Phu- Hai Phong,Master sous la direction de Nguyen Van Dung, Ecole de langues et d’études internationales, Université Nationale du Vietnam, Hanoi.
63. Mangiante J. M., Parpette C., 2004, Le Français sur Objectif Spécifique : de l’analyse des besoins à l’élaboration d’un cours, Hachette
64. Mavromara-lazaridou, C., 2006, La pédagogie de projet pratiquée en FLE (français langue étrangère) dans les deux premières classes du collège public grec, Thèse de doctorat, École Supérieure de Pédagogie de Karlsruhe
65. Meirieu, P., 1988, Apprendre… oui, mais comment ?, Editions ESF
66. Mercelot G., 2003, La négociation commerciale : contribution à la Didactique du Français langue étrangère pour publics spécifiques, Thèse de doctorat, Université de Rouen, p. 15.
67. Ministère de l’éducation nationale ; Direction des écoles, 1992, Le Projet d’école, Paris : Hachette [coll. Écoles].
68. Montaigne-Marcaire D., 2007, Didactique des langues et recherche-action, Les Cahiers de l’Acedle, numéro 4, Journée NeQ, Méthodologie de recherche en didactique des langues.
69. Montessori, M., 2004, Pédagogie scientifique : Tome 1, La maison des enfants. Paris: Desclée de Brouwer.
70. Mourlhon-Dallies F., 2008, Enseigner le français à des fins professionnelles, Didier, Paris.
71. Ngo Van Thien, 2014, Pédagogie par projet : une étude de cas dans l’enseignement supérieur technologique, Thèse de doctorat, sous la direction de Jean-François et de Christian Buty, Université de Lyon 2
72. Nguyen Thi Mi Dung Nguyen, 2009, Utilisation du blog pour favoriser la PE des étudiants de l’école supérieure de Commerce, Master sous la direction de Nguyen Van Dung, Ecole de langues et d’études internationales, Université Nationale du Vietnam, Hanoi.
73. Nguyen Van Dung, 2010, Une recherche-action en français sur objectifs universitaires, Synergie-Pays riverains du Mékong No2
74. Noel T.W., 2001, Effects of entrepreneurial education on intent to open a business, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson Conference Proceedings.
75. [Ousmane, M](http://www.theses.fr/170133850)., 2012, L'insertion professionnelle des diplômés de l'enseignement supérieur au Mali : cas de la politique d'aide à l'entrepreneuriat, Thèse de doctorat, sous la direction de Bruno Lamotte, Université de Grenoble
76. Perrenoud, Ph., 2002, Apprendre à l’école à travers des projets : pourquoi ? comment? Éducateur, n° 14, décembre 2002
77. Pham Duy Thien, 2011, Réflexions sur la mise en place d’un dispositif de pédagogie du projet à l’université,Synergies Pays Riverains du Mékong n°3
78. Phung Danh Thang, 2015, Étude de l'impact du système universitaire sur l'intention entrepreneuriale : le cas du Vietnam, Thèse de doctorat, sous la direction d’Eric Boutin et de Le Quan, Université de Toulon
79. Piaget J., 1970, L'épistémologie génétique, PUF.
80. Politis D., 2005, The process of entrepreneurial learning : a conceptual framework, *Entrepreneurship Theory and Practice*
81. Proulx, J., 2004, Apprendre par projet, Presses de l’Université de Québec
82. Qotb H., 2009, Vers une didactique du français sur Objectifs Spécifiques médié par Internet, Publibook, Paris.
83. R Françoise, R Alain, 1998, Dictionnaire des concepts clés. Apprentissage, formation, psychologie cognitive, ESF éditeur
84. [Rajhi](http://www.theses.fr/178199486), N., 2011, Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement à l'université, Thèse de doctorat, sous la direction d’Alain Fayolle et de Zeined Ben Ammar Mamlouk, Université de Grenoble
85. Richterich R., 1985, Besoins Langagiers et objectifs d'apprentissage, Hachette, Paris.
86. Sammut S., 1995, Contribution à la compréhension du processus de démarrage en petite entreprise, Thèse de doctorat ès Sciences de gestion, Université de Montpellier I.
87. Saoussany A., 2008, Analyse de lettres commerciales à visée persuasive : le cas des étudiants de l’Ecole nationale de Commerce et de gestion d’Agadir (Maroc), Thèse de doctorat, sous la direction de G. Holtzer, Besançon.
88. Schieb-Bienfait, N., 2000, Du projet de création comme pratique pédagogique : témoignage autour d’une expérience. Actes du premier congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat
89. Schmitt C. et Bayad M., 2008, L’entrepreneuriat comme une activité à projet. Intérêts, apports et pratiques, *Revue internationale de psychosociologie*, 2008/1, Volume XIV
90. Tagliante, C., 2005, L’évaluation et le Cadre européen commun, CLE international.
91. Tounés A., 2003, L’intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac + 5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen.
92. Tran Thanh Ai, 2006, Toute recherche est action, mais pas toujours… recherche-action, Acte du séminaire régional, Dalat, Vietnam, décembre 2009
93. Tran Van Trang, 2010, L’effet de la sensibilisation à l'entrepreneuriat sur l'intention des étudiants de créer une entreprise : le cas du Vietnam*,* Thèse de doctorat, sous la direction de Robert Paturel, Université de Brest
94. Truong Hoang Le, 2007, Argumentation et explication dans les textes d’économie et de gestion : perspectives didactiques du FOS au Vietnam, Thèse de doctorat, sous la direction de P. Lane, Université de Rouen.
95. [Turkestani](http://theses.fr/16376560X), M., 2012, Enseigner/apprendre le français langue étrangère autrement: expérimentation de la pédagogie du projet pour un public saoudien. Étude de cas à l’Université Roi Abdul Aziz à Djeddah (Arabie Saoudite), Thèse de doctorat, sous la direction de Bruno Maurer, Université de Montpellier 3
96. Van Der Maren J.M, 2003, La recherche appliquée en pédagogie : des modèles pour l’enseignement, Bruxelles : De Boeck Université, Collection Méthodes en sciences humaines.
97. Verspieren, M.R, 2002, Quand implication se conjugue avec distanciation : le cas de la recherche-action de type stratégique. In Etudes de communication No 25
98. Vygotski, L.-S., 1985, Pensée et langage, trad. Françoise Sève, Paris : Éditions sociales. [éd. russe : 1934].
99. Wallon, H., 1942, De l’acte à la pensée, Flammarion (Paris)
100. Winslow, E.K.et all, 1999, Empirical Investigation Education in the United States: Some Results of the 1997 National Survey of Entrepreuneurial Education, Babson College.
101. Zolana A., 2013, Concevoir un programme de français sur objectifs spécifiques. Difficultés théoriques et pratiques : le cas de la faculté d'économie de l'Université Agostinho Neto, Luanda, Angola, Thèse de doctorat, sous la direction de J.P. Cuq, Ecole doctorale Lettres, sciences humaines et sociales, Nice.
102. Zoltan, A, Audretsch, D., 2003. Innovation and technology change. Dans A.Zoltan, D.Audretsch, Hanbook of Entrepreneuship Recheacher

**TÀI LIỆU WEB**

1. apliut.revues.org
2. Boulet P-E, La critique radicale de Max Weber, Revue philosophique Phares, volume 4, 2003, <http://www.ulaval.ca/phares/vol4-automne03/texte08.html>
3. Boulet P-E, La critique radicale de Max Weber, Revue philosophique Phares, volume 4, 2003, <http://www.ulaval.ca/phares/vol4-automne03/texte08.html>
4. Bourdages, B et all, Le Guide de projet du Secrétaire à la Jeunesse du ministère du Conseil exécutif de Québec http://lazoneentrepreneuriale.ca/wp/wpcontent/uploads/2018/06/guide\_pedagogique.pdf
5. Kadi.O., La didactique du français du marketing dans l’Ouest algérien. https://journals.openedition.org/apliut/1452
6. <http://citim.velay.greta.fr/popup.php>
7. <http://www.fda.ccip.fr/>
8. Normes de sortie des licenciés de l’Université Thuongmai https://tmu.edu.vn/vi/news/dai-hoc-chinh-quy/Quyet-dinh-chuan-dau-ra-Tieng-Anh-Tieng-Phap-ap-dung-cho-sinh-vien-dai-hoc-he-chinh-quy-tu-khoa-2016
9. <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfp_0556-7807_1982_num_58_1_2260_t1_0097_0000_2>
10. <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rfp_0556-7807_1982_num_58_1_2260_t1_0097_0000_2>
11. <http://www.presse-francophone.org/apfa/sommaire.htm>
12. http://www.rfi.fr/lfen/pages/001/liste\_cva\_anglais.asp#4H
13. [www.francais-affaires.com](http://www.francais-affaires.com)
14. http://fr.wikipedia.org/wiki/Jean\_Piaget
15. http://www.gfen.asso.fr/fr/historique