

TOUS CONNECTÉS – UNE APP POUR GÉRER VOS ÉTUDES EN FRANCE

Tous Connectés - Une App pour gérer vos études en France

Luz Dary BOLAÑOS SILVA

Juan David MONÁ GUÍO

Francisco Javier ZARAMA NUÑEZ

Rapport de recherche soumis dans le but d'obtenir

LE DIPLÔME DE PROFESSIONNEL EN LANGUES MODERNES

Sous la direction de

Angélica María CASALLAS BAUTISTA

Programme professionnel en langues modernes

Université ECCI

Bogota, Colombie

Juillet 2016

## **Résumé**

Dans internet existent beaucoup de sites qui offrent des services de documentation pour les études à l'étranger dans les pays francophones. Notre service est conçu pour les personnes qui veulent étudier en France.

Toutefois, il n'y a pas un programme ou application qui est à ceux-là mêmes qui sont intéressés à ce pays, et pour effectuer ces procédures il est nécessaire pour eux de faire un long processus dans tout site Web, ou dans le pire des cas, ils doivent se déplacer physiquement à une agence pour recevoir des conseils sur leur voyage ou études.

Le but de ce travail est de proposer une App innovatrice qui permet aux élèves de faire des recherches et d'accélérer leurs processus de documentation et de voyages pour leurs études à l'étranger dans un seul endroit.

Notre motivation est le fait de créer un lien pour les personnes et son futur professionnel et d'améliorer le mécanisme de la communication qu'ils ont avec quelques plateformes qui existent déjà et qui ont une affinité avec notre projet.

*Mots clés: Neuromarketing; mobilité académique; procédures consulaires; SEO; ASO.*

**Table des matières**

<b>CHAPITRE 1</b> .....	4
<b>Introduction</b> .....	4
Introduction à l'étude .....	4
Énoncé du problème .....	5
Formulation du problème .....	6
Justification du travail de recherche .....	7
Question de recherche et objectifs .....	7
<b>CHAPITRE 2</b> .....	9
<b>Cadre théorique et état de l'art</b> .....	9
Introduction au chapitre .....	9
Cadre théorique.....	9
Neuromarketing. ....	9
La mobilité académique.....	10
Procédures consulaires.....	11
Technologie.....	11
État de l'art .....	12
<b>CHAPITRE 3</b> .....	15
<b>Conception de la recherche</b> .....	15
Introduction au chapitre .....	15
Type d'étude.....	15
Contexte .....	15

Participants.....	15
Instruments de collecte de données .....	16
<b>CHAPITRE 4</b> .....	17
<b>Conclusions</b> .....	17
Introduction au chapitre .....	17
Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes.....	17
Importance du travail de recherche.....	17
Limites de l'étude .....	18
Projections de la recherche .....	18
<b>Références</b> .....	19

## CHAPITRE 1

### Introduction

#### Introduction à l'étude

Cette recherche aborde la question de la mobilité des étudiants de la Colombie en France, l'idée principale est de proposer une application pour des téléphones mobiles et tablettes où les élèves intéressés peuvent avoir une consultation complète concernant leur voyage dans un seul endroit, et accessible à la main.

La pertinence de cette problématique s'est d'ailleurs confirmée au cours des travaux préparatoires de la présente étude : où est mis en évidence le désir et le besoin de ces étudiants de voyager à l'étranger, pour élargir leurs connaissances, ainsi que la nécessité imminente de fournir des conseils sur ces voyages, aide de la technologie disponible pour améliorer les services existants dans ce domaine.

Cette application est présentée comme un moyen novateur utile pour atteindre tous les élèves, par le biais d'une application virtuelle pour téléphones et tablettes, qui sont une tendance de nos jours. L'idée fondamentale au proposant cette App est d'utiliser certaines techniques spécifiques concernant le positionnement de l'application sur les marchés mobiles, de sorte que cette application est facilement accessible, a une distribution adéquate dans ces sites, et est visible pour être téléchargée par autant de personnes comme il est possible.

Tous Connectés - Une App pour gérer vos études en France. Ce mémoire tend ainsi à démontrer que notre service est conçu pour les personnes qui veulent étudier en France et il sera visible sur les marchés des applications virtuelles comme Apple App Store and Android Play Store.

### **Énoncé du problème**

Les applications mobiles se réfèrent à un domaine déterminé: mobiles et tablettes. Actuellement, un petit smartphone ou tablette est devenu un dispositif essentiel pour les personnes, ces appareils peuvent ouvrir toutes ces applications et faire beaucoup plus. Dans quelques années, les appareils mobiles sont de plus en centres vitaux des entreprises et des utilisateurs.

Un autre aspect important, est que la plupart des étudiants veulent étudier à l'étranger, car ils peuvent élargir leurs horizons professionnels d'améliorer leur CV, ils peuvent apprendre d'autres langues, l'apprentissage d'autres cultures et rencontrer des gens d'autres pays d'ouvrir les esprits, plus profiter d'une expérience personnelle unique qui va les aider à grandir en tant que personnes.

Selon Motivans (2009), Chef de la Section des statistiques de l'éducation à l'Institut de statistique de l'UNESCO basé à Montréal, la mobilité des élèves est incitée par de nombreux facteurs, entre lesquels ils l'absence des opportunités dans le pays d'origine de la personne, le manque de programmes d'études que l'élève souhaite faire, le désir d'élargir la vision qu'il a du Monde et ses objectifs académiques, en plus de l'attrait que représentent quelques institutions de renom.

En Amérique latine, plus spécifiquement en Colombie, il y a une augmentation significative des étudiants qui désirent continuer son processus académique dans les Universités de l'étranger. En 2014, le chiffre de Colombiens qui sont sortis du pays à des fins académiques était de 45000, 77.7 % d'eux l'ont fait pour étudier des langues, dans des pays comme la Grande-Bretagne, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Irlande, les États-Unis, le Canada, l'Afrique du Sud, et la Malte (Barrientos, 2015).

La communication joue un rôle très important dans le phénomène de la mondialisation que nous vivons actuellement; pour obtenir une position importante et une réalisation professionnelle, étant impérative la connaissance d'au moins une langue additionnelle à la langue maternelle, par conséquent, l'apogée des cours de langues est le sujet du moment, et la possibilité de les étudier à l'étranger propose une domination plus précise des mêmes.

Soyez déjà par le fait d'apprendre une langue, faire un diplômé ou master, l'étudiant se trouve constamment bombardé par des millions des agences et d'organismes qui promettent des conseils de voyage et d'accompagnement du processus académique. Le dénominateur commun de ces entreprises est d'offrir leurs services à travers d'un site Web, la publicité des médias sociaux, mais n'existe pas aucune entreprise dans la Colombie qui ont développé une plateforme dans les appareils mobiles qui permet de faire facilement ces procédures.

### **Formulation du problème**

À une époque où les appareils mobiles sont utilisés pour toutes les tâches, les applications sont des outils qui facilitent la vie de tous les gens. Dans ce cas, un service de conseil virtuel évite de longs déplacements, les procédures agaçantes.

Basé sur un article de l'Encyclopédie "Culturalia", le marché de niche sont les étudiants qui veulent améliorer leurs compétences académiques dans les études de premier cycle et de troisième cycle dans une langue étrangère. La tranche d'âge est âgée de 20 à 40 ans et cela se concentre dans la couverture d'un besoin.

Dans ce cas, n'est pas viable parce que la plupart des applications publiées dans des endroits tels que Play Store Google et Apple App Store, il est pour des produits et des services

gratuits et offre sans payer pour cela. Ces applications peuvent tenir à travers les paiements effectués par les entreprises qui annoncent d'autres produits.

### **Justification du travail de recherche**

Ce projet est proposé dans le but de créer un espace innovateur, utile pour toutes les personnes qui désirent voyager en France avec des motifs académiques et créer un plus grand intérêt chez les personnes qui pensent étudier dans d'autres pays est presque impossible.

Son importance réside dans la possibilité de conseiller l'étudiant dans des processus qu'il ne connaît pas et qui sont indispensables pour obtenir un voyage sûr et productif.

C'est important d'analyser l'actuel progrès qui a la Colombie dans ses relations internationales, par lequel, est conçue l'idée de profiter d'un marché si important comme est l'éducation, dirigée dans l'émigration des élèves à France et avec une présentation innovatrice, conformément aux outils technologiques qui sont actuellement utilisés.

Il nous motive, le fait de créer un lien pour les personnes et son futur professionnel et d'améliorer le mécanisme de la communication (qu'ils ont avec quelques plateformes qui existent déjà et qui ont une affinité avec notre projet) grâce à la création d'un nouvel outil innovateur.

### **Question de recherche et objectifs**

Pourquoi est-il utile, l'exécution d'une application pour les étudiants à gérer leur voyage en France dans un seul endroit?



Objectif général

Proposer un outil virtuel et innovateur qui permet aux élèves de faire des recherches et d'accélérer leurs processus de documentation et de voyages pour commencer leurs études à l'étranger.

Objectif spécifique

Positionner l'application comme la plus téléchargée étant un instrument facile et efficace pour appliquer dans les centres d'études françaises.

## **CHAPITRE 2**

### **Cadre théorique et état de l'art**

#### **Introduction au chapitre**

Dans ce chapitre nous aborderons quelques concepts que nous considérons qu'ils ont été importants pour le développement de ce travail, ainsi que quelques articles académiques que nous utilisons comme précédents au sujet d'investigation.

#### **Cadre théorique**

##### **Neuromarketing.**

Neuromarketing est un nouvel instrument très utile, utilisé principalement à des fins de publicité avec l'objectif d'atteindre plus facilement les sentiments des gens en analysant leurs réponses et stimulations et devenir plus efficaces. Pour analyser et comprendre nos clients potentiels, nous pouvons créer et optimiser notre application en fonction des besoins et des désirs d'entre eux.

Neuromarketing peut être conceptualisé comme une discipline moderne en raison de la convergence des neurosciences et de la commercialisation. Son but est d'intégrer les connaissances sur les processus du cerveau pour améliorer l'efficacité de chacune des actions qui déterminent les relations d'une organisation avec ses clients (Braidot, 2005).

En d'autres termes, neuromarketing nous donne la possibilité d'encourager les émotions qui tentent de se connecter avec le consommateur et de rendre notre application plus pratique et utile en donnant une solution mobile à la portée de la main.

**La mobilité académique.**

La mobilité académique fait référence au déplacement de la part des universitaires, qui trouvent des occasions importantes au niveau national ou ailleurs; cependant, il est plus commun qui soit pour continuer avec leur processus éducatif; soit pour commencer leur éducation supérieure avec une licence ou pour suivre des études de master ou doctorat. De plus, actuellement, il est normal que les élèves aspirent à apprendre ou à perfectionner une langue, donc ils préfèrent l'étudier dans ailleurs.

García (2013), définit la mobilité académique comme le déplacement des chercheurs, des enseignants, et des élèves entre les établissements d'enseignement étrangers et nationaux dans le but de participer à des programmes de formation et des projets de recherche particuliers. La mobilité académique est généralement située dans un cadre de travail interinstitutionnel, national ou international.

Bien qu'aujourd'hui nous voyions une croissance en ce qui concerne les chiffres des étudiants qui désirent sortir de ses pays d'origine, selon Solanas (2014) la mobilité académique internationale n'est pas quelque chose de nouvelle.

Après le XXe siècle et en particulier pendant les dernières 30 années, à partir de l'apogée du néolibéralisme, le développement de cette activité a principalement augmenté par trois facteurs: la croissance de « l'offre » privée d'éducation supérieure, les régulations internationales dans le sein de l'organisation mondiale du commerce (OMC) et l'accord général sur commerce et services (AGCS), et ses efforts pour considérer l'éducation supérieure comme un « service », et enfin, la multiplication des accords entre des institutions d'éducation supérieure (IES).

De même, selon García (2013) bien que la mobilité des étudiants ait été présente depuis du temps, au présent, il acquiert les nouvelles connotations qui se reflètent dans la signature des accords et les traités de collaboration et dans l'augmentation des flux migratoires d'enquêteurs académiques et d'élèves, et cela a été le cadre du développement des processus de la mondialisation que la mobilité des élèves s'est intensifiée, malgré l'existence des programmes et des projets qui comptent avec quelques années de fonctionnement.

### **Procédures consulaires.**

C'est une procédure utilisée par les gens qui veulent se rendre dans d'autres pays et sont exigé par la plupart des gouvernements qui permet l'entrée dans leur pays soit pour étudier, travailler et vivre dans ces endroits, ainsi c'est nécessaire d'accomplir des exigences et obtenir toute la documentation à son approbation. Ces permis délivrés par les ambassades peuvent être temporaires ou permanents. Selon Pedro (s.d.) « La concesión de un visado es el acto administrativo mediante el cual un Estado permite el ingreso de forma temporal o permanente en su territorio a nacionales de terceros países con los que no mantiene acuerdos de exención de este requisito». Ils sont un mécanisme de gestion de base de la mobilité internationale.

### **Technologie.**

Compte tenu que la quantité d'information qui est téléchargée sur Internet continue à se développer chaque jour et de plus en plus, il est très difficile pour une page Web ou une application de se démarquer dans les moteurs de recherche sur Internet ou dans les marchés des appareils mobiles. Notre application doit être positionnée sur les marchés des applications mobiles pour être facilement accessible. Selon Cordell « Search engine

optimization (SEO) is an Internet marketing service provided on a commercial basis that will make pages readable to search engines through relevant keyword use and emphasizing key topics related to the web page's content » (2012).

Ainsi, il est évident l'importance du positionnement sur l'Internet pour l'application créé facilement à visualiser pour les étudiants intéressés.

### **État de l'art**

L'intention de développer des applications mobiles avec l'objectif de conseiller des élèves dans son procédures d'émigration et d'admission à une institution éducative n'a pas été pleinement abordée dans aucun projet académique, cependant nous trouvent quelques projets orientés à la création des applications mobiles avec fins touristiques, par lequel pour la réalisation de ce projet, ont été tenus en compte quelques articles extraits de différents documents académiques, entre lesquels nous pouvons ressortir :

À un niveau national, nous trouvons un projet de l'université Católica del Norte, placée au Medellín, sur le développement d'applications mobiles dirigées au tourisme dans le département de Boyacá, publié dans la revue virtuelle de l'Université. Le problème de recherche concernant l'article est l'actuelle importance de l'Internet et de la téléphonie mobile dans les TICs et pourquoi est-il utile le développement d'un outil technologique orienté vers le tourisme.

Ce qu'ils ont conclu est que l'intégration correcte de technologies (WAP, Bluetooth, WEB et GPS), donne comme résultat des applications robustes et versatiles; et étant la téléphonie mobile un recours important actuellement, il permet aux développeurs d'explorer et exploiter de nouveaux champs d'action. L'investigation apporte des bénéfices pour les utilisateurs, comme avoir

l'information touristique centralisée sur le département, pour être consultée d'une forme rapide et opportune et faire un usage des actuelles technologies de l'information pour telle fin.

De la même façon, nous trouvons un projet similaire d'étudiants de l'Université de Zhejiang, qui abordent l'exploration des déterminants influents dans l'adoption des applications mobiles de voyage. Ils concluent que les caractéristiques uniques d'applications mobiles d'avantage et personnalisation rendent un canal du marketing important pour le tourisme, puisque les gens de maintenant ont besoin d'avoir toute l'information qu'ils désirent compilée, organisée et à la portée de sa main.

Internet est plein de contenu et chaque jour plus de contenu est chargé. Pour cette raison il est très difficile pour une page Web se démarquer dans les moteurs de recherche sur Internet (Cordell, 2012). De la même manière, il est nécessaire l'optimisation de une application dans les marchés des applications mobiles avec les techniques ASO (App Store Optimization) (PickASO, 2016). Toutes ces techniques correctement appliquées améliorent la visibilité des applications mobiles et donc acquérir plus de téléchargements.

Noriega (2000) dans son article *La séduction du paradis technologique*, analyse comment les nouvelles technologies ont progressé d'une manière étonnante et il conclut qu'actuellement nous sommes à une époque où les applications virtuels font partie de nos vies, aujourd'hui la plupart des choses sont simples parce que il est possible de trouver une solution dans un dispositif électronique.

En quelques mots, nous dépendons de technologie pour réaliser beaucoup de choses, il est temps où tout le monde peut le faire avec une main. Tous les gens changent constamment et en leur nécessité du faciliter la vie, il est indispensable d'utiliser la technologie comme un outil qui a été créé par profit à d'autres personnes et être utilisées pour améliorer toute tâche ou un processus.

En ce qui concerne la mobilité académique, selon Castañeda (2008), tous les étudiants quand voyagent à autre pays auront toujours à vivre et affronter les difficultés de continuer leurs études universitaires comme master et doctorat. Les problèmes tels que les différences culturelles, domaine d'une deuxième langue et la solvabilité économique, sont très fréquents et peuvent les démotivés. Il est très important que ce type de situations surmonte et aide à atteindre un objectif qui est de réussir les études universitaires.

D'autre part, Il y a des personnes qui ne connaissent pas les procédures nécessaires pour étudier en France. En raison des informations données, les élèves sont informés individuellement sur le processus de demande pour étudier en France (Estudiar en Francia, 2013).

## **CHAPITRE 3**

### **Conception de la recherche**

#### **Introduction au chapitre**

Dans ce chapitre, nous aborderons le type d'étude qui a été utilisé pour la réalisation de ce projet, ainsi que l'usage qui a été créé, l'endroit où a été introduit et la langue appliquée pour leur utilisation. Aussi nous avons souligné le type de population qui visite notre application (public cible) la manière comme nous recueillir des données pour déterminer la viabilité et l'acceptation de notre produit dans un marché international.

#### **Type d'étude**

Notre type d'étude est exploratoire parce que nous recherchons dans les médias comme les sites web, les médias sociaux si existe une application pour les appareils électroniques qui offre un service de procédures consulaires. Après cette enquête, nous avons constaté que n'existe pas un outil qui a été mis en œuvre dans un marché.

#### **Contexte**

L'endroit où sera appliqué notre service est en Colombie au début, après ce sera l'offre dans d'autres pays en Amérique latine jusqu'à venir à des pays où le français est la langue officielle (francophone) comme un instrument commercial qui est utile pour trouver la meilleure option d'études.

#### **Participants**

Ce service se concentre à des gens qui veulent commencer leurs études universitaires ou continuer avec spécialisation, master et doctorat dans les meilleurs centres d'enseignement dans toute la France.



### **Instruments de collecte de données**

Les méthodes que les futurs chercheurs pourraient utiliser pour déterminer la viabilité et l'acceptation du service, sont les entrevues et les sondages à des étudiants de deuxième cycle, des universitaires et des enseignants. Avec cette information, on peut conclure que la plupart des personnes qui ont adhéré à répondre à tous nos instruments de mesure, ne savaient pas comment commencer une procédure consulaire ou où doit déposer la documentation.

## **CHAPITRE 4**

### **Conclusions**

#### **Introduction au chapitre**

Dans ce chapitre, nous allons aborder des thèmes tels que la comparaison de notre travail de recherche avec les études précédentes où nous avons trouvé le genre de services qui offrent des entreprises du même domaine, aussi l'importance de notre travail de recherche, qui aident les élèves à trouver dans l'application le meilleur outil et atteindre un objectif pour leur éducation. Il y a un manque d'information sur l'idée que nous avons, mais en même temps, nous savons que les gens à l'université donneront la continuité pour que ce projet soit viable et lancé.

#### **Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes**

Nous trouvons des travaux avec des propositions très intéressantes et viables, des applications mobiles qui servent au champ du tourisme dans des lieux distincts du monde, cependant tous se limitent au tourisme ou à l'hôtellerie, nous ne trouvons pas de travail avec les mêmes objectifs que notre projet.

#### **Importance du travail de recherche**

Pour nous, il est important de proposer un outil innovateur qui encourage l'étudiant à sortir du pays et à suivre avec ses études, un instrument qui fait un accompagnement du processus de la migration et son adéquation dans le pays d'accueil afin de promouvoir des voyages plus sûrs et profitables. De plus il a été important de faire une investigation pour connaître quelques projets d'élèves de la Colombie ou d'autres pays pour appuyer notre travail et aussi pour connaître des propositions intéressantes.

**Limites de l'étude**

Le temps de réalisation du travail est assez court et il n'y a pas de développement plus profond et complet du projet, de plus, l'information trouvée dans l'internet est assez limitée.

Nous n'avons pas de rapprochement réel avec public cible, nous n'avons pas de temps pour faire des entretiens et des sondages, donc nous n'avons pas de chiffres pour tenir en compte au moment de faire les résultats de l'investigation, et d'autre part, nous ne sommes pas en France, nous n'avons pas de rapprochement envers les universités.

**Projections de la recherche**

Il est prévu que ce projet sera utile pour les étudiants qui dans un avenir seront faire ce grade de séminaire, ainsi que des groupes de recherche qui veulent donner une continuité à cette étude. À son tour servir de référence pour les projets futurs, en tenant compte qui est un outil associé aux technologies de communication et d'information, les élèves d'autres carrières universitaires trouvent la viabilité à faire de cette idée la meilleure solution pour les gens qui veulent étudier ailleurs, particulièrement en France.

### Références

- Baleisan, C. P. (2014). Estudiar un postgrado en el extranjero:¿ una migración previsible? *Revista Sociedad y Equidad*(6).
- Braidot, N. P. (2006). *Neuromarketing: neuroeconomía y negocios*: Nestor Braidot.
- Callejas Cuervo, M., Meléndez Álvarez, L. F., & Cortes Roa, A. P. (2011). Desarrollo de aplicaciones móviles enfocadas al turismo en el departamento de Boyacá. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(29), 166-178.
- Castañeda, R. H. (2008). The graduate experience: Living and studying abroad (a case study). *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 10(2), 2.
- Cordell, N. (2012). How I use it: search engines. *Occupational Medicine*, 62(3), 233-234.
- Espinosa, M. S., & Murillo, (s.d.) L. M. R. Uso de las apps para el consumo de productos y servicios.
- García, J. (2013). Movilidad estudiantil Internacional y cooperación educativa en el nivel superior de educación. *Revista Iberoamericana de educación*, 61, p. 61-62.
- Jiménez, C. (2012). Tendencias globales del mercado. *Debates IESA*, 3, 85.
- Lu, J., Mao, Z., Wang, M., & Hu, L. (2015). Goodbye maps, hello apps? Exploring the influential determinants of travel App adoption. *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1059-1079.
- Mobile App Marketing by PickASO. (2016). <http://pickaso.com/guia-aso>: PickASO.
- Monfort, L. G., Aristizábal, A. B., & Martínez, Á. F. B. (s.d.). Impacto de la experiencia migratoria en los estudiantes latinoamericanos de la UPV.
- Palma, J. J. G. (2013). Movilidad estudiantil internacional y cooperación educativa en el nivel superior de educación. *Revista Iberoamericana de educación*(61), 59-76.

Solanas, F. (2014). Intercambio cooperativo versus mercantilización competitiva: las políticas de movilidad académica en el MERCOSUR y la Unión Europea. *Revista iberoamericana de educación superior*, 5(12), 3-22.

Edukavital.blogspot.com.co (2013). Cuál es el Significado de Nicho de Mercado. Concepto, Definición, Qué es Nicho de Mercado: Enciclopedia Culturalia. Repéré à:  
<https://edukavital.blogspot.com.co/2013/01/definicion-de-nicho-de-mercado.html>

Gi.com.co. (2015). Cerca de 45.000 colombianos realizaron estudios en el extranjero el año pasado | Sebastian Barrientos y su #ExperienciaGI. Repéré à:  
<http://www.gi.com.co/experienciagi/cerca-de-45-000-colombianos-realizaron-estudios-en-el-extranjero-el-ano-pasado/>

Portal.unesco.org. (2016). UNESCO | Education - Entrevista del mes. Repéré à:  
[http://portal.unesco.org/education/es/ev.php-URL\\_ID=59341&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/education/es/ev.php-URL_ID=59341&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)