



PLANO DE AULAS



TREINAMENTO DE COMUNICAÇÃO E ORATÓRIA

OBJETIVO E APLICAÇÃO:

Preparar os alunos para atender à imensa demanda gerada pela multiplicidade de meios e plataformas de comunicação disponíveis. Seja para ministração de palestras, apresentações, vídeos, áudios, etc., com abrangência corporativa, no ambiente educacional, na comunidade onde reside, ou grupos de fé, entre tantos outros ambientes possíveis. O intento é fornecer técnicas modernas para possibilitar a comunicação eficaz e sugerir um conjunto de estratégias para tornar estas ações mais assertivas e gerar um elevado grau de produtividade.

O treinamento tem carga horária de 11 horas aplicadas de forma prática e teórica.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Passo 1

Identificação do perfil de comunicação de cada aluno(a).

- Avaliação da performance comunicativa;
- Fundamentos da Oratória Contemporânea;
- Retórica moderna e a arte de falar em público.
- Combater eventuais inibições e receios de falar em público;
- Habilidades e posturas;
- Processo de Comunicação desenvolvendo a fala com desenvoltura, expressividade, autoconfiança e assertividade. Dicas e regras para falar em público.

Passo 2

- Exercícios de Oratória e Comunicação;
- Aprimoramento da voz e dicção (articulação) dos sons da fala;
- Observação, correção e aprimoramento do vocabulário e expressão corporal;
- Gestual indicativo e representativo;
- Falar com desembaraço, vencendo constrangimentos;
- Melhorando a postura e a gesticulação;
- Combate a prolixidade;
- Trabalhar a organização das ideias e frases.



PLANO DE AULAS



Passo 3

- Apresentação de técnicas de comunicação verbal e corporal para amplificar o potencial persuasivo dos alunos;
- Apresentar recursos linguísticos adequados que devem ser utilizados para organização de discursos e até da conversação;
- Posturas e combinações de expressões que empobrecem ou enriquecem a apresentação e argumentação;

Passo 4

- Vocalização;
- Improvisação;
- Exercícios de “escutatória”;
- Parafrasear da 'técnica da boa escuta'.
- Branding e estratégias de marketing para comunicação
- Avaliação individual e encerramento

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO:

A metodologia das atividades é baseada no modelo Andragógico de Educação Permanente (Educação de Adultos), com utilização dos métodos Ativo-dirigido (exploração de ideias e discussão em grupo) e Ativo-participativo e técnicas de apresentações individuais e em grupo, dinâmicas práticas, exercícios em grupo, jogos, simulações, além da utilização de recursos instrucionais e audiovisuais.

DESENVOLVIMENTO:

Para desenvolvimento do treinamento serão usados os seguintes recursos didáticos:

- Vídeos;
- Dinâmicas;
- Material didático projetado e entregue posteriormente aos alunos após o treinamento;
- **Os vídeos serão enviados pelo whatsapp;**



AVALIAÇÃO:

- Estratégias com objetivos cognitivos: realização das atividades propostas em aula, textos e vivências;
- Estratégias com objetivos afetivos: técnicas de sensibilização e avaliação de reação ao curso;
- Estratégias para ações corporais, simulações através da reprodução de exercícios vocais, observações motoras relacionadas ao aprimoramento da voz, treino da retórica observando a produção de discursos.

TREINADOR:

MARCELO CARVALHO

- Consultor em Tecnologia da Informação com mais de 30 anos de experiência em implantação de sistemas informatizados com destaque nos setores de saúde hospitalar, seguros, transportes e engenharia;
- Practitioner em Programação Neolinguística (PNL)
- Missionário interdenominacional, com atuação no interior do Brasil durante 10 anos, tendo trabalhado com crianças e adultos, usando recursos das artes cênicas, da música e claro, palestras, aulas, ministração de sermões, etc.
- Criador do podcast @voxmundo onde difunde as reflexões Quintane-se;
- Membro da Equipe do Instituto Você – BH



PLANO DE AULAS



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BUENO, S. A arte de falar em público. São Paulo: Saraiva, 1954.
- BEHLAU, M. Avaliação e Tratamento das Disfonias. São Paulo: Lovise, 1995.
- CÂMARA, J.M.. A estratégia da Palavra. São Paulo: Gonçalves, 1992.
- CARRASCO, M.C.O . Fonoaudiologia Empresarial: Perspectivas de Consultoria, Assessoria e Treinamento. Manual Teórico Prático. São Paulo: Lovise, 2001.
- Comunicação Empresarial. São Paulo: Veris Educacional, 2005.
- CARRASCO, M.C.O. Técnicas de Apresentação. São Paulo: Veris Educacional, 2005.
- CARRASCO, M.C.O. Novas Buscas em Fonoaudiologia: comunicação eficaz na empresa. Cadernos da Fonoaudiologia. Linguagem Vol.1. São Paulo: Editora Lovise, 2006.
- CARRASCO, M.C.O. E COLUCCI, E. Comunicação e Oratória: Teoria e Prática. Ferramenta estratégica para o Operador do Direito. São Paulo: Letras Jurídicas, 2005.
- CARRASCO, M.C.O. E COLUCCI, E. Argumentação Jurídica: Comunicação, Oratória e Ferramenta estratégica para o Operador do Direito. São Paulo: Letras Jurídicas, 2009.
- CARNEGIE, D. Como falar em público e influenciar pessoas no mundo dos negócios. Rio de Janeiro: Record, 1962.
- COHEN, J. & ALL. Pesquisas de retórica. Petrópolis. Vozes, 1975. (Trad. Leda Pinto Mafra Iruzum) apud POLITO, R.. Técnicas e segredos para falar bem. São Paulo: IOB Publicações Jurídicas, 1993.
- COLUCCI, E. e CARRASCO, M.C.O. O Profissional do Direito e a Comunicação como Ferramenta Estratégica para a Negociação. Belo Horizonte: Anais do Congresso Brasileiro de Fonoaudiologia, Set/2002.
- DAMIÃO, R. e HENRIQUES, A. Curso de Português Jurídico. São Paulo: Atlas. 1997.
- FERNANDO, P. Obra Poética. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994.
- FISHER, R. e URY, W. Como chegar ao sim - a negociação de acordos sem concessões. Rio de Janeiro: Imago, Ed. 1994.
- LOPES, V. Oratória e Fonoaudiologia Estética. São Paulo: Pró Fono, 2000.
- MARTINELLI, D. P. e ALMEIDA, A.P. Negociação. Como transformar confronto em cooperação. São Paulo: Ed Atlas, 1997.
- MILLS, H.A. Negociação. A arte de vencer. São Paulo: Makron Books, 1993.
- PENTEADO, J.R.W. A Técnica da Comunicação Humana. São Paulo: Pioneira, 2001.
- POLITO, R. A influência da emoção do orador no processo de conquista dos ouvintes. São Paulo: Saraiva, 2001.
- POLITO, R. Como se tornar um bom orador e se relacionar bem com a imprensa. São Paulo: Saraiva, 2001.
- REGO, F.G.T. Comunicação Empresarial, Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.
- TOLEDO, M.P.M. E NADOLSKIS, H.. Comunicação Jurídica. São Paulo: Sugestões Literárias, 2002
- WEISS, D. Como falar em público: técnicas eficazes para discursos e apresentações. Trad. Marta Mortara. São Paulo. Nobel, 1991.