



Proponente	Massimo Domenico Ru
Titolo del seminario	Public Speaking Comunicazione chiara ed efficace <i>Siete pronti ad affrontare il Pubblico?</i>
Obiettivi del Corso	<p>Il corso si propone di migliorare le capacità del “Parlare in Pubblico” dei partecipanti.</p> <p>L’obiettivo principale è dunque quello di aumentare la chiarezza e l’efficacia degli interventi.</p> <p>Tutto ciò attraverso il controllo ed il potenziamento della propria comunicazione non verbale (il corpo), di quella paraverbale (l’uso della voce) e di quella verbale (le parole, cioè il contenuto).</p> <p>La finalità ultima consiste nel mettere in grado i partecipanti di costruire interventi persuasivi, che tocchino le emozioni dei loro interlocutori, lasciando a quest’ultimi un vivido ricordo dell’esperienza vissuta.</p> <p>L’utilità del corso risiede inoltre nel fatto che le competenze acquisite possono essere utilizzate, oltretutto di fronte ad una platea, anche in ogni altro incontro “One to One” che i partecipanti si troveranno a vivere durante la loro carriera sia universitaria che lavorativa: dalla discussione della tesi al colloquio di assunzione, dalla consulenza alle trattative commerciali, dal branding personale al social media management.</p> <p>Il Laboratorio si pone dunque come naturale “ponte” tra il sapere accademico e la realtà aziendale e/o professionistica che gli studenti affronteranno, nel loro futuro ormai prossimo.</p>
Struttura del Corso	Il corso si compone di moduli di 2 ore e 30 minuti ciascuno, con cadenza settimanale. In ogni mattinata o pomeriggio prescelti, verranno concentrati due moduli per due diversi gruppi. In tutto, saranno composte 5 aule di 10 persone ciascuna. Si terranno dunque un totale di sei sessioni a gruppo, durante tutti i mesi del Laboratorio Professionalizzante. Le sessioni sono così suddivise:
Test di entrata Introduzione	1° sessione
Il Para-verbale: l'uso della voce; Il Non-verbale: la gestione del corpo	2° sessione
La preparazione La Struttura del discorso	3° sessione
il Verbale: Chiarezza ed Efficacia e la presentazione didattico/professionale	4°-5° sessione
Obiezioni e Domande difficili Conclusioni Test di uscita	6° sessione



<p>Argomenti delle lezioni e modalità di erogazione</p> <p>La modalità di erogazione prevede una parte teorica e numerose esercitazioni dei partecipanti.</p> <p>Queste consistono in momenti di improvvisazione individuali, di gruppo e presentazioni “didattico/professionali” filmate.</p> <p>I filmati vengono proiettati in aula. Il docente e i partecipanti danno vita a sezioni di coaching plenario riguardo alle performance realizzate.</p> <p>Lo stile del docente farà largo uso di domande, esempi concreti, uso di metafore, filmati tratti da film famosi o da altre situazioni pertinenti rispetto agli argomenti trattati, ma soprattutto di “Edutainment”.</p> <p>E' una parola che deriva dalla fusione di due termini: Education e Enterteinment e cioè Formazione e Divertimento partendo da presupposto che:</p> <p>“Coloro che fanno distinzione fra intrattenimento ed educazione forse non sanno che l'educazione deve essere divertente e il divertimento deve essere educativo”</p> <p style="text-align: right;">Marshall McLuahn</p>	<p>Introduzione</p> <p>Approccio del corso Comunicare significa improvvisare? Il processo di apprendimento Ansia e Parlare in pubblico: quale relazione</p> <p>Lo stile: il come – il paraverbale: l'uso della voce</p> <p>Velocità e ritmo del linguaggio Toni Volumi Uso delle pause Le code alle parole</p> <p>Lo stile: il come – il non-verbale: la gestione del corpo</p> <p>Uso di Status Symbol Abbigliamento Respirazione Espressione del viso Contatto visivo e movimento degli occhi Posizione del corpo Gestione del territorio Gestualità</p> <p>La preparazione</p> <p>Argomento Obiettivi e messaggi principali dell'oratore Caratteristiche degli interlocutori Benefici per gli interlocutori Le azioni da far compiere ai propri interlocutori</p> <p>La Struttura del discorso</p> <p>Lo Storytelling Apertura: le anticipazioni e gli “IceBreaker” Corpo Chiusura: le diverse tecniche</p> <p>Lo stile: il cosa – il Verbale: Chiarezza ed Efficacia</p> <p>L'uso dei supporti visivi Le tecniche per influenzare il “Vecchio cervello” La costruzione di Metafore La persuasione: la tecnica Situazione, Complicazione, Domanda, Risposta La persuasione: la tecnica Fatti, Opinioni, Valori</p> <p>La gestione delle Obiezioni</p> <p>Obiezioni pretestuose e generiche Obiezioni reali e specifiche La gestione emotiva delle obiezioni. Il ruolo dei “Neuroni Specchio” Le tecniche di gestione del contenuto delle obiezioni</p> <p>Conclusioni</p>
---	--



Docente	Massimo Domenico Ru Ho esperienza ventennale di formazione e coaching, in aula e on line, sui temi della comunicazione interpersonale a 360°, sia nelle modalità “One to One” sia in quelle “One to Many”. Inoltre, progetto, gestisco e conduco Convention ed Eventi, con la partecipazione di parte o tutta la popolazione delle aziende clienti coinvolte in tali iniziative. Vedasi Curriculum Vitae in allegato.
Modalità di verifica dell'apprendimento	Si prevede un test di entrata e di uscita, ciascuno con le medesime domande a risposta multipla. Questo meccanismo permette di stabilire il punto di partenza in cui si trovano i partecipanti all'inizio delle lezioni e l'impatto del corso, al termine delle sessioni frequentate. La differenza tra il punteggio del test “a freddo” e quello al termine dei 4 mesi di lezione, restituisce infatti una misura concreta, riguardo alle conoscenze teoriche acquisite durante il corso. Ad esso può aggiungersi un giudizio qualitativo da parte del docente, con modalità di valutazione da concordare e validare con i responsabili del Dipartimento di Management.
Bibliografia di Riferimento	La Pragmatica della Comunicazione Umana. Paul Watzlawick. Casa Editrice Astrolabio. Come Parlare in Pubblico e Convincere gli Altri. Dale Carnegie. Bompiani. Come trattare gli Altri e farseli Amici. Dale Carnegie. Bompiani. Saper parlare in pubblico. Enrico Bertolino. De Vecchi. Persuasion Engineering TM. Richard Bandler – John La Valle. Alessio Roberti Editore. Le armi della persuasione. Robert B. Cialdini. Giunti. Pnl al lavoro. Sue Knight. Nlp Italy. Neuro Marketing : il nervo della Vendita. Patrick Renvoisé, Christophe Morin. Le Lettere. L'arte di ottenere ragione. Arthur Schopenhauer. Adelphi. Fare formazione. Gian Piero Quaglino. Raffaello Cortina Editore. Giochi d'aula. Roberto Luperini. FrancoAngeli. Scene di Leadership. Claudia Piccardo – Gian Piero Quaglino. Raffaello Cortina Editore. L'arte della negoziazione. Enrico Bertolino – Luca Varvelli. De Vecchi. L'arte di ascoltare. Diane Bone. FrancoAngeli. Le tecniche di ascolto. Jim Dugger. FrancoAngeli/Trend. Coaching. John Whitmore..Sperling & Kupfer Editori. Coaching & Mentoring. Harvard Business Essentials. Etas. Eleven Rings. Phil Jackson. Libreria dello Sport. La scimmia nuda. Desmond Morris. Bompiani. L'autostima. Willy Pasini. Mondadori. Lezioni di autostima. Raffaele Morelli. Mondadori. Dell'arte di Respirare. Ottoman Ha'nish. Demetra.