



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale  
2007-2013



OIPOSDRU



O Carieră  
pentru o viață

**„Investește în Oameni!”**

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013**

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

**Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”**

**Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792**

# ABILITĂȚI DE COMUNICARE ÎN PUBLIC PREZENTĂRI, EXAMENE

Întocmit,  
Galu Cosmin Radu

Data,  
30.06.2014

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială  
a Uniunii Europene sau a Guvernului României



„Investește în Oameni!”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

## Abilități de comunicare în public

### Prezentări, examene

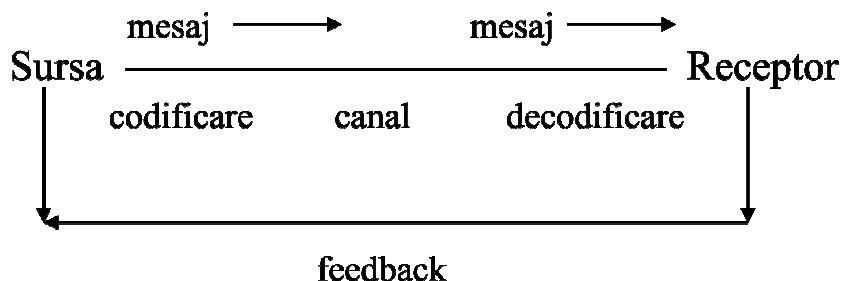
#### Definirea conceptului de comunicare

Comunicarea este procesul prin care informația este transmisă de la o persoană la alta utilizând un sistem comun de simboluri.

În sens mai larg, prin *comunicare* înțelegem *schimbul de mesaje între două sau mai multe persoane, din cadrul unei organizații, în vederea realizării obiectivelor, sau mai simplu, un schimb de mesaje între un emitent (E) și un receptor (R).*

#### Schema comunicării

Doi specialiști în informatică, C. Shannon și W. Weaver au creat în anul 1949 un



model al comunicării care se utilizează și în prezent:

Codificarea este operația prin care sursa comunicării își traduce ideile într-un set de simboluri (într-un limbaj). Aceste simboluri conțin informația sau mesajul.

Decodificarea este operația prin care destinatarul interpretează mesajul receptat.

Cele două operațiuni de codificare și decodificare a unui mesaj fac parte doar din prima fază a comunicării, faza în care mesajul ajunge de la emițător la receptor. A doua fază este reprezentată de feedback, care presupune codificarea și decodificarea unui mesaj, care de această dată se va întoarce în sens invers.

### „Investește în Oameni!”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792



## Barierile in comunicare

- **Blocajul** – întreruperea totală a comunicării datorită unor factori strict obiectivi (probleme tehnice care apar pe canalul de comunicare) sau subiectivi (considerarea celeilalte persoane ca fiind inabordabilă).
- **Bruiajul** – perturbare partiala și tranzitorie care poate fi voluntară sau involuntară. Se poate datora unor cauze obiective sau subiective.
- **Filtrarea** – transmiterea și recepționarea doar a unei anumite cantități de informații. Filtrarea este întotdeauna voluntară.
- **Distorsiunea informației** – degradarea involuntara a mesajului in cursul transmiterii lui. Se produce cand informatia trece prin mai multe verigi.

O altă clasificare împarte barierele în:

- **Bariere externe:**

- Fizice: deficiențe verbale, acustice, amplasamet, lumină, temperatură, ora din zi, durata întâlnirii, etc.

- Semantice: vocabular, gramatică, sintaxa, etc

- **Bariere interne:**

- Implicarea pozitivă - Suntem dispuși să ascultăm mai bine o persoană plăcută. De asemenea putem asocia emițătorul cu o persoană pe care o prețuim și să nu analizăm foarte atent informația primită. În ambele cazuri mesajul poate fi perceput pozitiv chiar și când nu este cazul.



### „Investește în Oameni!”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

- Implicarea negativă - Sunt situații în care putem judeca persoana care transmite mesajul după o acțiune sau un comportament pe care l-am observat sau putem să o asociem cu un personaj care ne displace. În acest caz suntem influențați în mod negativ atunci când interpretăm mesajul primit.

**Tracul** - Sunt situații în care suntem preocupați de ceea ce vom spune încât nu auzim ceea ce dorește să ne comunice emițătorul. Se întâmplă mai ales atunci când suntem într-un grup mai mare.

**Agenda ascunsă** - Sunt situații în care suntem cu gândul în altă parte ceea ce ne împiedică să percepem mesajul trimis de emițător.

**Lumi imaginare** - Sunt situații în care avem propria noastră interpretare asupra lucrurilor și a ideilor pe care încercăm să le protejăm. De aceea nu întodeauna suntem dispuși să ascultăm mesaje care vin în contradicție cu interpretările noastre.

Factorii care distorsionează calitatea mesajului au fost numiți zgomot. Factorii de distorsiune pot interveni în oricare fază a procesului comunicării: în prima etapă, respectiv în formularea mesajului, în transmiterea lui, în interpretare sau în contextul comunicării.

Toate barierele comunicării au efecte negative. Pentru a le contracara trebuie să le cunoaștem cauzele, în principal pe cele subiective deoarece cauzele obiective sunt mai ușor de constatat și de ameliorat.

## Tipuri de comunicare

Există trei tipuri de comunicare: comunicarea verbală, comunicarea nonverbală și comunicarea paraverbală. Acestea sunt folosite în permanență împreună, combinate în rapoarte diferite, însă nu vom găsi niciodată o formă de comunicare în stare pură.

Comunicarea verbală înseamnă comunicarea prin cuvinte.



„Investește în Oameni!”


Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”


Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

Comunicare **verbală** =  conținut

Comunicarea nonverbală se referă la comunicarea prin gesturi, postură, privire mimica.

Comunicarea **nonverbală** =  ceea ce vezi

## Elementele comunicării non-verbale:

Corpul :

- orientarea corpului (persoanele stau cu spatele la cei pe care doresc să îi evite)
- postura (semnalele posturale care arată relaxare sau tensiune sunt corelate cu statutul persoanei, statutul înalt corelează cu o postură relaxată, statutul scăzut cu rigiditate și tensiune, persoanele ușor victimizate par în conflict cu ele însele, fac mișcările în cel mai dificil mod posibil etc.)
- gesturile (frecvența crescută a anumitor gesturi arată o stare de tensiune și disconfort sau lipsa onestității, de exemplu gesturile prin care se masează, strânge, înțepă o parte a corpului – aceste gesturi sunt descurajate în public)
- fața și privirea (o figură cu comisurile buzelor lăsate poate indica tristețe marcată, privirea evitantă poate transmite nesiguranță, lipsa încrederii în sine etc.)

Privirea:

- privirea directă: onestitate, intimitate, amenințare
- privirea într-o parte: lipsa de interes și răceală
- evitarea privirii: ascunderea sentimentelor, lipsă de confort sau vinovăție
- mișcarea ochilor în sus: încercarea de a ne aminti ceva
- mișcarea ochilor în jos: tristețe, modestie, timiditate, ascunderea unor emoții

**„Investește în Oameni!”**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

**Zâmbetul:**

- poate exprima o complexitate de informații (plăcere, bucurie, satisfacție, promisiune, cinism, jenă)

**Mimica:**

- fruntea încruntată: preocupare, mânie, frustrare
- sprâncene ridicate: mirare, surpriză
- nas încrețit: neplăcere
- buze strânse: nesiguranță, ezitare, ascunderea unor informații

**Gestica:**

- ridicatul din umeri: neînțelegere
- gestul acoperirii gurii: demască situații de nesinceritate
- gesturi facute mainile
  - strangerea de mână : dominare (cu palma în jos), supunere (cu palma în sus), egalitatea (cu palma perpendiculară)
  - frecarea palmelor: așteptări pozitive
  - încleștarea mâinilor: frustrare, reprimare a atitudinii negative
  - atingerea nasului: nesinceritate
  - mâna ca suport pentru cap: plictiseală
  - bataia în masă cu degetul și tropăitul: nerăbdare
  - mângâierea bărbiei: decizie
  - încrucișarea brațelor: atitudine defensivă sau negativă
- gesturi facute cu picioarele:
  - Incrucisarea picioarelor: picior aruncat elegant peste celălalt: atitudini nervoase, rezervate sau defensive, picior așezat peste genunchi și prins cu mâna: atitudine rigida în discuții sau negocieri, încrucișarea picioarelor în poziția în picioare: nesiguranță, încrucișarea gleznelor: atitudine negativă sau defensivă
  - încălecarea scaunului: dominantă

**„Investește în Oameni!”**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

## Funcții ale comunicării non-verbale:

- repetă mesajul verbal prin intermediul anumitor posturi care transmit mesaje clare: „Nu te aud”, „Buna!”, „La revedere.”,
- substituie mesajul verbal (posturile descrise mai sus pot înlocui mesajele verbale),
- accentuează mesajele verbale,
- reglează mesajele verbale (reglează fluxul comunicării, de exemplu regula nescrisă este: când ieși cuvântul ridici un pic tonul, apoi când termini vocea devine mai stearsă, cu intensitate mai scăzută),
- contrazice mesajele verbale (în acest mod apar mesajele duble).

Mesajele non – verbale sunt ambigue. Oamenii care pot transmite cel mai bine mesajele non-verbale pot să le și interpreteze cel mai bine. Abilitatea decodării crește cu vârsta și experiența dar se păstrează diferențe datorate personalității și ocupației (extraverții și femeile decodifică mai bine aceste mesaje dar nimeni în proporție de 100%).

Comunicarea paraverbală înseamnă ton, voce ritmicitate, inflexiuni viteza de vorbire.



Comunicarea paraverbală = ceea ce auzi

De regulă oamenii folosesc tipurile de comunicare în următoarele proporții:

Comunicare verbală	Comunicare non-verbală	Comunicarea paraverbală
7%	55%	38%

**„Investește în Oameni!”**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

**Diferențe dintre comunicarea verbală și cea non-verbală**

Comunicarea verbala	Comunicarea non-verbala
- canal simplu (auditiv)	- canale multiple (vizual, auditiv, kinestezic)
- discreta (punctuala)	- continua
- mai clara	- mai ambigua
- impact mai redus (30%)	- impact mai puternic (70%)
- deliberata	- inconstienta



**Ascultarea activă**

Ascultarea înseamnă nu doar auzirea semnalelor sonore, ci și decodarea și interpretarea lor, integrarea lor în propriul sistem de gândire.

Ascultarea activa este abilitatea de a ne concentra asupra altei persoana atat de bine încât să-i înțelegem corect gândurile.

**Tipuri de ascultare activă**

Tipuri	Ideea de baza	Scop	Exemple
<b>Atent</b>	Folosirea de mesaje nonverbale (priviri, expresia fetei, pozitii si miscari ale corpului) pentru a arata atentie indreptata asupra vorbitorului.	A manifesta interes fata de vorbitor si mesajul sau	Priviri inclinari ale capului cu sens afirmativ, asezarea cu fata spre vorbitor
<b>Neutru</b>	Folosirea de cuvinte neutre care nu exprima acordul sau dezacordul cu vorbitorul	Incurajarea vorbitorului sa continue sa vorbeasca, fara a interveni.	„Inteleg”, „Aha”, „Interesant”
<b>Repetativ</b>	Repetarea afirmativă a întregii sau a ultimei părți a propoziției finale a vorbitorului	Dovada că ascultătorul e foarte atent; Ajută vorbitorul sa nu-si piardă șirul gandirii.	Orice citat direct din ceea ce a spus vorbitorul



**„Investește în Oameni!”**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

<b>Rezumativ</b>	Strângerea ideilor și sentimentelor și reafirmarea lor drept concluzii	Punct de control pentru discutii viitoare; Pune în discuție problema vorbitorului.	Dacă înțeleg bine.....nu? Astea sunt ideile de bază pe care le-ați exprimat....?
<b>Parafraza</b>	Răspuns în ceea ce privește conținutul și parerile vorbitorului exprimat în cuvintele ascultate.	Arată că ați înțeles atât ce a spus cât și ce a simțit vorbitorul.	Am fost la Secretariat și mi-am depus dosarul „Înțeleg că nu mai aveți probleme legate de înregistrarea dosarului...”
<b>Întrebări</b>	Către cine? Ce? Când?	Pentru a obține informații suplimentare. Ajută vorbitorul să cerceteze toate aspectele problemei respective	La ce instituție v-ați adresat? Ce probleme ați întâmpinat? Cu ce vă putem ajuta?

## Feedback – ul

Feedback-ul înseamnă a descrie comportamentul unei persoane și ce ai simțit ca reacție la acest comportament. Feedback-ul este un mod de a ajuta pe cineva să se gândească să-și schimbe comportamentul, înseamnă a furniza cuiva aspecte referitoare la comportamentul său și efectele acestuia asupra celorlalți. Feedback-ul este esențial pentru o comunicare eficientă și este ultimul pas care încheie comunicarea.

Un feedback eficient:

- Ne ajuta să conștientizăm ceea ce facem și modul în care acționăm
- Ne oferă posibilitatea de a ne schimba comportamentul.
- Trebuie să fie oferit într-un mod delicat și suportiv.

Caracteristicile feedback-ului:

- Trebuie să menționeze faptele descrise de vorbitor, nu interpretările sau așteptările ascultătorului. Dacă sugerăm motive pentru comportamentul altei

### „Investește în Oameni!”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

persoane, acesteia îi va fi mai greu să-și înțeleagă adevăratele motive și poate deveni defensiv.

- Să fie descriptiv și nu evaluativ. Dacă se fac judecăți de valoare despre comportamentul unei persoane nu înseamnă că persoana va dori să-și schimbe comportamentul și mai curând va deveni ofensată și plină de resentimente. Exemplu: “Părerea ta este așadar că...” și nu “Greșești cu siguranță!”
- Să fie specific, concret, să se refere la un comportament anumit și nu la comportament în general. Referirile indirecte sau vagi nu-i ajută pe cetățeni chiar dacă doresc să se schimbe.
- Să împartăsească emoții și gânduri dar să nu ofere sfaturi: Exemplu: “Îmi place modul în care îți exprimi ideile.”
- Să fie concentrate asupra informației pe care interlocutorul ar putea să o utilizeze: informații relevante, mai importante.
- Să fie oferit pentru acele comportamente și atitudini care pot fi schimbate ușor și care atrag schimbări mai mari.
- Să ofere alternative comportamentale, altfel cetățeanul va experimenta o stare de conflict și tensiune afectivă.

Când oferi feedback cel mai important este să reflectezi: “Cum o va ajuta pe această persoană să învețe, să progreseze, să se dezvolte ceea ce-i spun acum?”

Oferirea feedback-ului îi ajută pe oameni:

- să fie mai atenți la ceea ce fac și modul în care acționează,
- să învețe, să se dezvolte și să evolueze.

Pășii feedback-ului:

- Descriu faptele fără judecăți de valoare (m-a deranjat pentru că, m-a făcut să mă simt)
- Consecințele – dacă vei continua să...
- Soluția – îți propun ca pe viitor..

**„Investește în Oameni!”**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

**Fereastra Johari**

Există un model care sintetizează conexiunile dintre modul în care ne percep ceilalți, atitudinea lor față de noi și propria noastră părere față de noi.

	<b>Cunoscut mie</b>	<b>Necunoscut mie</b>
<b>Cunoscut celorlalți</b>	1. PARTEA MEA PUBLICA  Date despre mine și comportarea mea cunoscute atât mie cât și celorlalți. Nu am probleme cu aceste aspecte	2. PARTEA MEA INCONȘTIENȚĂ  Date despre mine pe care ceilalți le observă dar pe care eu nu le cunosc
<b>Necunoscut celorlalți</b>	3. PARTEA MEA PRIVATA  Date despre mine pe care le știu numai eu și sunt necunoscute celorlalți	4. PARTEA MEA POTENȚIALĂ  Date despre mine care sunt necunoscute atât mie cât și celorlalți

**Pătratul 1.** reprezintă comportamentul cunoscut de sine și de ceilalți. Acesta arată în ce măsură două sau mai multe persoane pot da și primi în mod liber, pot lucra împreună, se pot bucura de experiențe comune. Cu cât este mai mare acest pătrat, cu atât contactul persoanei respective cu realitatea este mai bun și cu atât persoana mai pregătită să-și ajute prietenii și pe sine însuși.

**Pătratul 2.** zona oarbă, reprezintă comportamentul necunoscut de către sine dar care este evident pentru ceilalți. Cea mai simplă ilustrare a acestui pătrat o reprezintă ticurile sau ticurile verbale de care persoana respectivă nu este conștientă dar care sunt evidente pentru ceilalți. De exemplu, tendința de a vorbi mult în cadrul unui grup poate fi evidentă pentru toată lumea, mai puțin pentru cel care o face.

**Pătratul 3.** reprezintă comportamentul deschis către sine dar ascuns celorlalți. Acest pătrat este echivalentul Agendei ascunse din barierele de comunicare. Mai exact, acestea sunt informații confidențiale pe care le am despre mine și pe care nu doresc să le împart cu ceilalți.

**Pătratul 4.** este zona activității necunoscute unde comportamentul nu este cunoscut nici de individ nici de ceilalți.

### „Investește în Oameni!”

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

## Comunicarea în public - prezentări, examene

De ce e atât de greu să vorbim în public sau să facem o prezentare?

Cei care prezintă în public au impresia că doar oferă niște informații. De fapt ei doresc ca în urma prezentării să aibă loc anumite acțiuni și atunci vorbim de fapt despre convingere.

Cu cât scopul este mai bine definit cu atât prezentarea va fi mai ușor de organizat.

### Începutul prezentării

Niciodată nu ai a doua șansă pentru a crea o primă bună impresie! Statistic se consideră că primele 4 minute sunt cele care contează cel mai mult!

Există mai multe moduri de a începe o prezentare eficientă:

1. Apropiati-vă cu pas sigur
2. Zâmbiți – mai ales dacă aveți un zâmbet larg
3. Adoptați o poziție confortabilă
4. Înainte de a începe priviți audiența dintr-o latură în alta pentru aproximativ 5 secunde
5. Vorbiți RAR cu voce puternică și clară
6. În timp ce vorbiți stabiliți un contact vizual bun cu pentru cca. 3 secunde cu fiecare față
7. Nu vă târăgânați vocea și evitați “ăăă-urile”
8. Tratați fiecare prezentare cu seriozitate și implicare
9. La final mulțumiți audienței pentru atenția acordată
10. Îndepărtați-vă cu o ținută fermă și pas sigur

### Reguli pentru o prezentare bună:

- Construiți mesajul clar
- Fiți voi înșivă.
- Faceți o prezentare care să vă reprezinte.
- Conectați-vă cu auditoriul.
- De ce sunt acolo și de ce trebuie să vă asculte?

---

**„Investește în Oameni!”**

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013

Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”

Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”

Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”

Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792

---

## Elemente importante în prezentare:

- mesaj clar
- prezentare relevantă pentru audiență
- analiza auditorilor
- sublinierea ideilor principale
- argumente pentru susținerea ideilor
- organizarea informației
- utilizarea de suport vizual
- implicarea ascultătorilor
- sesiune de Q&A
- folosirea gesturilor pentru întărirea ideilor
- folosirea expresiei faciale pentru a comunica sentimentele și atitudinile

Important! Stabiliți contactul vizual cu auditoriul de la începutul speech-ului pentru a îmbunătăți eficacitatea prezentării.

## Metoda în 3 pași:

- Găsiți o privire.
- «Livrați» o idee
- Pauză și mutați-vă

## Cuprinsul prezentării

- Ordine logică
- Tranziții
- “Valori”
- Umor

## Mesajul central:

- Concentrare pe esențial (5%)
- Sublinierea mesajului central – un singur punct

## Regula de aur:

Exersați, exersați, exersați!



---

**„Investește în Oameni!”**  
**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013**  
Axa prioritară 2 „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii”  
Domeniul major de intervenție 2.1 „Tranziția de la școală la viața activă”  
**Titlul proiectului: „O carieră pentru viața ta! Oportunități de carieră prin consiliere și orientare profesională”**  
**Contract de finanțare nr. POSDRU/161/2.1/G/132792**

---

## Bibliografie

- Marjorie Brody - Effective Communication Skills, Audit Book, 2008
- Dale Carnegie - Cum să vorbim în public? - Editura Curtea Veche, 2008
- Antonio Momoc - Comunicarea 2.0, Editura Adenium 2014
- Jim Rohn - Communication and the Art of Persuasion, Audio Book, 2011

