

FACULTAT DE CIÈNCIES POLÍTiques I DE SOCIOLOGIA

LLICENCIATURA: CIÈNCIES POLÍTiques I DE L'ADMINISTRACIÓ

ASSIGNATURA: **25286 SEMINARI D'HABILITATS PROFESSIONALS II (4,5 crèdits)**

DURADA: **Segon semestre** CURS: **Tercer**

CURS ACADÈMIC: **2005/2006**

2on. Semestre. **El Discurs Polític. Parlar en públic amb eficàcia.**

Codi assignatura: 25286

Grup 51

Horari: Dimecres 14.45 hores a 17:45 hores.

Professor

Xavier Fähndrich.

Soci i consultor d'Estratègia Local.

Consultors d'Estratègia, Organització i Marketing.

Objectius i metodologia del curs

L'objectiu del curs és aconseguir les habilitats professionals suficients per crear i pronunciar discursos polítics eficaços, treballant des d'un enfocament de marketing i amb tècniques de retòrica, argumentació i oratòria.

El curs consistirà en sessions teòrico-pràctiques impartides pel professor de l'assignatura basades en exposicions que aportaran la base teòrica del curs, en l'anàlisi de discursos en suport paper i DVD/VHS i en exercicis pràctics, exposicions i roleplays individuals i en grup.

Programa del curs

- 1.- Què és un discurs?
 - 1.1. Parlar en públic: De què estem parlant?
 - 1.2. Quines són les variables específiques del discurs polític?
 - 1.3. Quins tipus de diferents de discurs existeixen?
 - 1.4. Com saber quin tipus de discurs cal fer servir?

- 2.- El procés de preparació del discurs.
 - 2.1. Un bon discurs és un discurs em lògica de marketing.
 - 2.2. Anàlisi de marketing aplicat al disseny inicial del discurs.
 - 2.3. La informació i la documentació de base.
 - 2.4. Les tècniques de generació d'idees.
 - 2.5. Les diferències entre el llenguatge escrit i el llenguatge oral.
 - 2.6. Pràctiques de generació d'idees i redacció escrita.

- 3.- L'Arenga.
 - 3.1. Característiques de la situació d'Arenga.
 - 3.2. Objectius de l'Arenga.
 - 3.3. El llenguatge de l'Arenga.
 - 3.4. L'estructura de l'Arenga.
 - 3.5. Anàlisi i comentari de casos reals.
 - 3.6. Pràctiques de redacció i pronunciament d'arengues.

- 4.- La Retòrica.
 - 4.1. Què és la Retòrica? Què és l'Oratòria?
 - 4.2. Com es relacionen Retòrica i Oratòria.
 - 4.3. Les figures retòriques.
 - 4.5. Utilització de las figures retòriques.
 - 4.5. Com emocionar i seduir amb la Retòrica i l'Oratòria.
 - 3.6. Pràctiques de reconeixement i creació de figures retòriques.

- 5.- El discurs polític.
 - 5.1. Característiques de la situació de discurs.
 - 5.2. Objectius del discurs.
 - 5.3. L'estructura del discurs.
 - 5.4. L'inici del discurs.
 - 5.5. Anàlisi i comentari de casos reals.
 - 5.6. Pràctiques de redacció i pronunciament de discursos.

- 6.- L'argumentació. El debat.
 - 6.1. Què es argumentar.
 - 6.2. Els elements constitutius dels arguments.
 - 6.3. La construcció d'arguments.
 - 6.4. La força dels arguments.
 - 6.5. La coherència dels arguments.
 - 6.6. Com seduir i convèncer amb la força dels arguments.
 - 6.7. Pràctiques d'elaboració d'argumentacions.

- 6.8. El debat. Tècniques per guanyar un debat.
- 6.9. Pràctiques: roleplay de debat polític.

7.- El discurs improvisat.

- 7.1. Característiques de la situació de discurs improvisat.
- 7.2. Objectius del discurs improvisat.
- 7.3. L'estructura del discurs improvisat.
- 7.4. Com emocionar, seduir, convèncer amb un discurs improvisat.
- 7.5. Pràctiques d'elaboració i pronunciament de discursos improvisats.

8.- L'oratòria en los mitjans de comunicació.

- 8.1. Característiques bàsiques de l'oratòria en els mitjans de comunicació.
- 8.2. El fragment.
- 8.3. Oratòria a la Ràdio.
- 8.4. Oratòria a la Televisió.
- 8.5. Pràctiques de redacció de fragments.

Avaluació

Hi ha tres formes excloents entre sí d'aprovar aquesta matèria:

Opció 1.

Assistència a classe i realització de les pràctiques.

Aquesta forma d'avaluació podrà ser individual i/o en grup, en funció de les característiques de les pràctiques que es facin a classe (hi haurà exercicis individuals i n'hi haurà en grup). Per poder optar a aquesta forma d'avaluació caldrà assistir amb assiduitat a les classes i fer totes les pràctiques.

Opció 2.

Treball de curs.

Aquesta forma d'avaluació podrà ser individual i/o en grup (3 persones màxim), caldrà negociar-ho amb el professor en funció del projecte de treball. El treball haurà de desenvolupar conceptes i continguts del programa del curs.

Opció 3.

Examen.

Aquesta forma d'avaluació només podrà ser individual. L'examen consistirà en 4 preguntes: dues sobre la matèria exposada a classe i de la bibliografia del curs i dues preguntes pràctiques relacionades amb les pràctiques realitzades durant el curs. L'examen no serveix per apujar la nota obtinguda mitjançant les dues altres formes d'avaluació.

Tutories

Dimecres 12.00 a 13.30 hores.

Dijous de 17.45 a 18.45 hores.

Despatx B3-155.

Adreça electrònica : xfaehndrich@estrategialocal.com

Bibliografia recomanada

Bàsica

KOTLER, Philip

DIRECCIÓN DE MERCADOTECNICA

Ed. Diana, México, 1986.

POSICIONAMIENTO

McGraw-Hill Management,, Madrid, 1996.

FERNÁNDEZ CAMPO, Sabino (Introducción de)

LOS DISCURSO DEL PODER. Palabras que cambiaron el curso de la Historia.

Ed. Belagvua.

Barcelona, 2003.

FONTANIER, Pierre

LES FIGURES DU DISCOURS

Ed. Champs Flammarion

Paris 1977

Complementària

RIES, Al & RIES, Laura

LAS 22 LEYES DE LA MARCA

McGraw-Hill, Madrid, 2000.

TROUT, Jack & RIVKIN, Steve

EL NUEVO POSICIONAMIENTO

McGraw-Hill, Madrid, 1997.

LENART, Silvo

SHAPING POLITICAL ATTITUDES.

The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media

SAGE Publications, London, 1994.

MAAREK, Philippe J.

COMMUNICATION ET MARKETING DE L'HOMME POLITIQUE

Ed. Litec. Libraire de la Cour de Casation, Paris, 1992.

STATON, W.

MAKING THINKS CLEAR. A Guide to Effective Written and Oral Communication.

The partenon Publishing Group. New Jersey, USA, 1989

VV.AA.

EFFECTIVES COMMUNICATION: GETTING DE MESSAGE ACROSS,

ICMA-Municipal Management Series, WASHINGTON, 1983.

DEL REY MORATÓ, Javier

LOS JUEGOS DE LOS POLÍTICOS

Ed. Tecnos, Colección Ciencias Sociales.

Barcelona 1997

MAAREK, Philippe J.

MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN

Ed. Paidós Ibérica S.A.

Barcelona 1997

STUDER, Jürg

ORATORIA. EL ARTE DE HABLAR, DISERTAR, CONVENCER

Ed. El Drac

Madrid 1996

SPANG, Kurt

FUNDAMENTOS DE RETÓRICA LITERARIA Y PUBLICITARIA

Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA)

Pamplona 1991

PERELMAN Ch., & OLBRECHTS-TYTECA, L.

TRATADO DE LA ARGUMENTACIÓN

Ed. Gredos. Biblioteca Románica Hispánica

Madrid 1994

ORTEGA CARMONA, Alfonso

EL DISCURS POLÍTICO. RETÓRICA, PARLAMENTO, DIALÉCTICA

Fundación Cánovas del Castillo. Colección Veintiuno

Madrid 1993

MARTINEAU, François

TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN DEL ABOGADO

Ed. Boch

Barcelona 2000

SERRANO, Sebastià

COMPRENDRE LA COMUNICACIÓ

Ed. Proa. La mirada científica

Barcelona 2000