

MODULE 1**CAPACITÉS DE FORMATION ET DE COMMUNICATION**

OBJECTIFS 1. Expliquer aux participants l'importance de combiner des méthodes de formation afin d'augmenter leur capacité d'atteindre des objectifs d'apprentissage et de conduire des formations

2. Aider les participants à comprendre le processus de communication afin de communiquer efficacement.

THÈMES

1. Principes de l'enseignement pour adultes
2. Évaluation des besoins - institutionnels et individuels
3. Concevoir un programme de formation pour un Contexte local
4. Planification et préparation pour la session de formation
5. Évaluation et suivi
6. Processus de communication
7. Qualifications d'écoute (verbale et non verbale, en groupe, communication sur Internet, stratégies sociales de vente,
8. Qualifications de présentation

DURÉE

2.5 jours (20 heures)

MODULE 1

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET
DE FORMATION**

THÈME 1

Principes de l'enseignement pour adultes

OBJECTIF

Les stagiaires pourront: expliquer les principes de l'enseignement pour adultes, identifier les avantages et les inconvénients des différentes méthodes de formation, et choisir les méthodes appropriées pour le public

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

Support de tableau de conférence, papier, marqueurs, projecteur numérique, Tableau 1 - principes de l'enseignement pour adultes, Module1_1.ppt

PRÉSENTATION

Conférence, discussion en groupe. jeux de rôle

DURÉE

1,5 h

INTRODUCTION

Les adultes apprendront ce qu'ils voudront apprendre. Ils apprennent mieux à travers la pratique et le travail, dans un environnement qui est non menaçant, informel, et qui prend en compte leur participation. Pour ces raisons, les formateurs devraient souligner les méthodes de formation, qui offrent la variété, augmentent la motivation et facilitent la participation active aux activités, ce qui rend plus facile l'apprentissage.

Le formateur, en utilisant le papier du tableau de conférence, discutera avec les stagiaires de leur expérience avec l'enseignement pour adultes. Après la discussion, le formateur présentera les principes de l'enseignement pour adultes. Certains de ces principes sont :

- Les adultes doivent vouloir apprendre ;**
- Les adultes apprennent mieux lorsqu'ils reconnaissent un besoin d'apprendre, ils veulent apprendre quelque chose à chaque session ;**
- Les adultes apprennent mieux avec une participation active ;**
- Les adultes apprennent à travers des problèmes réalistes, l'expérience est un facteur dans l'enseignement pour adultes ; Les adultes apprennent mieux dans un environnement informel ;**
- Les adultes répondent bien à une variété de méthodes d'enseignement ;**
- Les adultes sont en dehors de leurs habitudes d'apprentissage ;**
- Les adultes veulent des conseils et non des certificats ;**
- Les adultes ont beaucoup d'autres intérêts urgents ; et**
- Le travail d'équipe en petits groupes est le plus efficace.**
- Le formateur expliquera brièvement chaque principe.**

Concevoir une leçon réussie de formation implique le choix d'une stratégie de formation. La stratégie décrit la méthode ou l'ensemble de méthodes à utiliser pour faciliter l'apprentissage. Le choix approprié d'une stratégie sera plus important pour la promotion de l'efficacité de la formation que n'importe quelle autre mesure.

Deux facteurs, particulièrement pertinents lors du choix d'une méthode de formation sont la compatibilité et la variation. C'est-à-dire, le formateur doit choisir la stratégie, compatible avec les objectifs du programme, et le formateur devrait avoir un répertoire de méthodes de formation.

Quelques unes des méthodes de formation les plus efficaces sont :

- Leçon, présentation de conférence, démonstration ;
- Étude (programmée) individuelle, discussion de groupe ; et
- Séances de réflexion, études de cas, exercices et jeux de rôle.

Le formateur expliquera chaque méthode, et explorera ses avantages et ses inconvénients avec les participants. (Voir l'annexe 1.2)

Le formateur choisira une méthode d'enseignement. (par exemple. Jeu de rôle) pour démontrer son efficacité.

En quoi consiste le jeu de rôle

Lorsque vous vous essayez au jeu de rôle, une situation vous est décrite. Cette situation peut dramatiser ce qui vient de se passer, ce qui va se passer, et le rôle de chaque joueur.

Le jeu de rôle n'a pas de scénario ni d'indications détaillées. Les joueurs de rôle utilisent l'information qu'ils ont de la situation, leurs propres expériences, et leurs manières de se comporter quand ils jouent le rôle.

Conseils pour les formateurs sur le jeu de rôle

- a. Le formateur doit être habile pour arriver à ce que les participants se sentent détendus et garantir un jeu de rôle amical et informel. Le formateur devrait encourager les joueurs à être créatifs et imaginatifs.
- b. Lors de la documentation du jeu de rôle, le formateur devrait documenter l'information, les attitudes et les soucis, et les leçons apprises. Exemple, qu'avez-vous appris du jeu de rôle ? Qu'avez vous aimé de l'interaction ?
- c. Le formateur devrait attirer l'attention des participants sur les objectifs ou le point essentiel que l'on cherchait à démontrer à travers le jeu de rôle.

EXERCICE

Les stagiaires seront divisés en groupes et des situations leur seront assignées pour le jeu de rôle.

Au moins deux groupes de volontaires seront invités à présenter leur jeu de rôle devant le grand groupe.

Le formateur devrait mener une discussion sur les points forts et les points faibles du jeu de rôle tel que présenté par le groupe.

MODULE 1

THÈME 2

OBJECTIF

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

PRÉSENTATION

DURÉE

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET
DE FORMATION**

Évaluation des besoins - institutionnels et individuels

Les stagiaires pourront définir le concept d'évaluation de besoins

Les stagiaires pourront identifier les méthodes de l'évaluation de besoins

Support de tableau de conférence, papier, marqueurs, projecteur numérique, annexes 1.3, 1.4 - Techniques d'évaluation des besoin de formation ||

Conférence, travail de groupe

1,5 h

INTRODUCTION

Le formateur présentera le concept d'évaluation de besoins. Certains besoins sont évidents. L'existence de certains besoins de formation peut être acceptée en faisant appel au bon sens et à la raison, et non à des études ou analyses approfondies. Cependant, certains types d'évaluation de besoins sont une nécessité pratique pour la planification d'un programme de formation. Une évaluation des besoins est donc un exercice qui est entamé pour déterminer les besoins (capacités, connaissances, attitudes, et comportements) d'une organisation, d'une communauté, ou d'un individu.

L'évaluation minutieuse d'un problème mise en œuvre à l'avance peut combler le besoin de corrections coûteuses à mi-chemin.

Afin de développer un programme de formation, il est crucial de mettre en œuvre une analyse de situation actuelle. On ne devrait pas se baser uniquement sur l'instinct ou sur des recherches occasionnelles. La personne qui développe le programme de formation devra poser des questions importantes ; par exemple :

1. Quel est le problème à aborder ?
2. Qui est touché et comment ?
3. Quelles activités ont été déployées pour résoudre le problème ?
4. Y a-t-il d'autres agences ou organisations qui travaillent sur d'autres sujets destinés à aider ?
5. Que pouvons-nous faire ou dire pour éliminer le problème ?
6. Que voulons-nous accomplir ?

Outils de l'évaluation de besoins

Le formateur demandera alors aux participants d'énoncer les façons dont ils ont mis en œuvre l'évaluation de besoins. Celles-ci seront énumérées sur le tableau de conférence. Le formateur expliquera alors les principes fondamentaux de comment mettre en œuvre l'évaluation de besoins, y compris :

- Interviewer les personnes impliquées ;
- Étudier les rapports, aperçus, statistiques ; et
- Observer les procédures et les situations de travail

Le formateur présentera brièvement et discutera sur une liste de techniques d'évaluation de besoins (voir annexe 1.3), Comprenant : Interviews ; Questionnaires ; Test d'entrée ;

Registres et rapports ; et Analyse de problèmes de groupe.

EXERCICE

L'entraîneur utilisera une grille sur transparents ou un tableau de conférence à support pour discuter avec les participants sur les avantages et les limitations de chaque méthode. Une matrice terminée sera distribuée aux participants. (Voir l'annexe 1.4)

MODULE 1

THÈME 3

OBJECTIF

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

PRÉSENTATION

DURÉE

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET
DE FORMATION**

Concevoir un programme de formation pour le
contexte local

Les stagiaires pourront identifier des facteurs
critiques dans le développement de programmes
de formation convenables au contexte local

Tableau de conférence à support papier,
marqueurs, projecteur numérique, Annexe 1.5

Conférence, discussion de groupe. jeu de rôle

45 minutes

INTRODUCTION

Le formateur rappellera aux participants que les objectifs de la formation sont à la base de la conception efficace du programme. Le formateur présentera un guide de conception de programme sur un transparent, et les participants seront invités à étudier et discuter. Le guide montrera certaines des considérations principales destinées à la conception de programme, y compris :

- L'objectif de la formation ;
- Le public cible ;
- Le contenu de la formation ;
- Les matériaux d'étude à développer ;
- La méthode de formation appropriée à employer ;
- Le processus d'apprentissage à engager (c.-à-d. visuel, auditif, physique, émotif, conceptuel, individuel et de groupe) ; et
- Les critères d'évaluation.

Les stagiaires seront invités à identifier une situation locale pour laquelle ils doivent concevoir un programme de formation. Ils seront invités à identifier les facteurs spécifiques à considérer lors de la conception d'un programme de formation dans ce contexte local. Le formateur expliquera qu'une attention particulière devrait être prêtée aux facteurs spécifiques suivants, pour le contexte local :

1. Niveau d'instruction du public ;
 - Âge ;
 - Genre ; Métier ;
 - Revenu ;
 - Niveau de scolarité ;
 - Situation familiale ;
 - Domicile et lieu de travail ;
 - Caractéristiques culturelles ;
 - Attitudes ;
 - Opinions ;
 - Croyances ;
 - Valeurs ; et
 - Auto-évaluation et traits de caractère
2. Message - la sensibilité du message, la convenance du style, et la langue.
3. Particularités culturelles, les mythes existants et pratiques.
4. Canaux à utiliser pour atteindre le public, par exemple: les masse médias, des événements communautaires.
5. Les structures et les organismes existants au sein de l'environnement local.
6. L'endroit géographique du groupe, de la communauté, ou de l'organisation.

MODULE 1

THÈME 4

OBJECTIF

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

PRÉSENTATION

DURÉE

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET
DE FORMATION**

Planification et préparation pour la session de formation

Les stagiaires pourront développer des procédures pour le choix des participants, du lieu de rendez-vous, et des matériaux pour les sessions de formation.

Papier de tableau de conférence
Illustrations graphiques

Conférence, discussion de groupe, démonstration

1,5 h

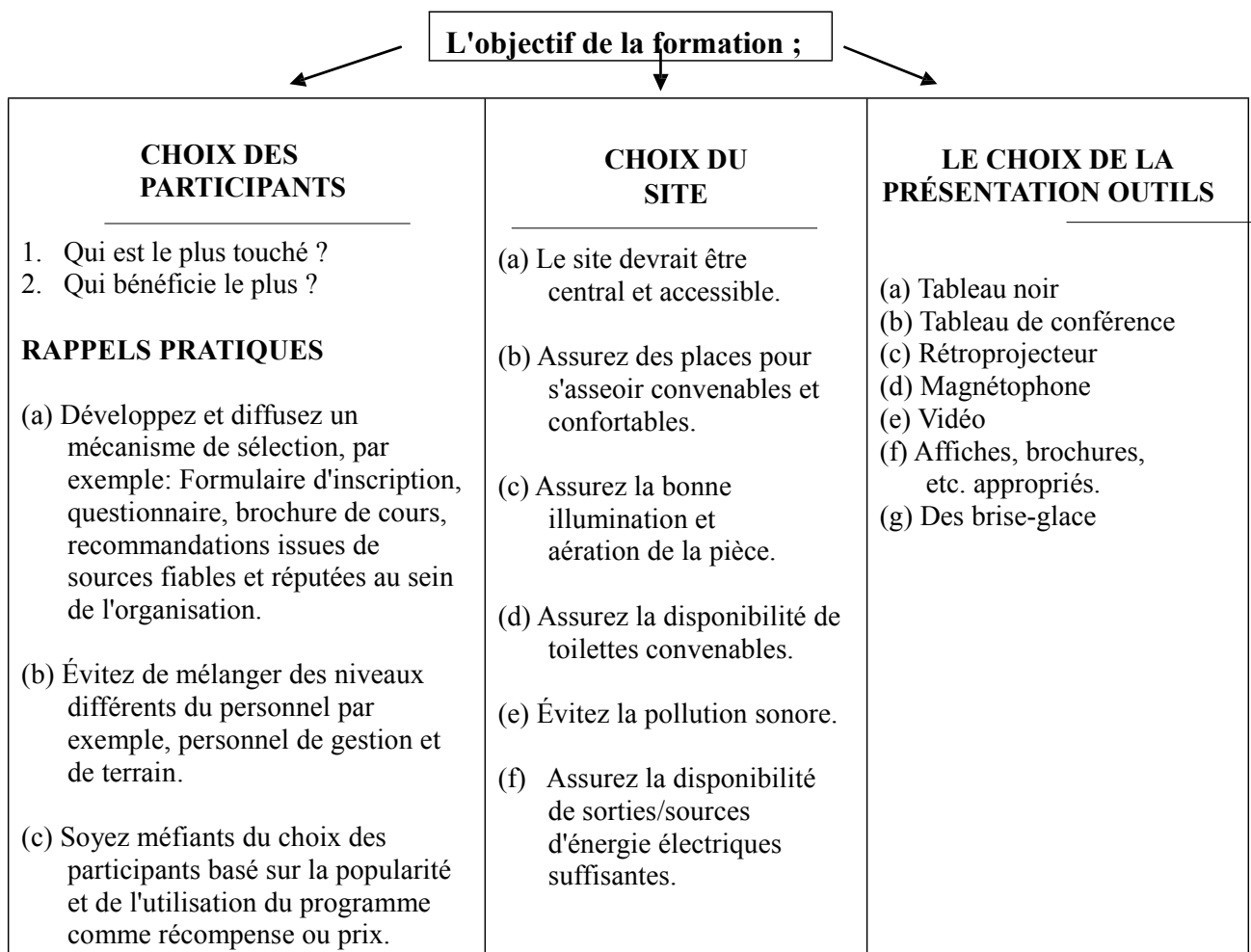
INTRODUCTION

Le formateur informera les participants que lors de la planification et la préparation d'une session de formation, le formateur doit considérer les objectifs de formation ; c'est-à-dire, que veut-on réaliser ? Celui-ci est le guide utilisé pour déterminer ce qui suit :

- Le choix des participants ;
- Le choix du lieu de rendez-vous ; et
- La préparation des outils de présentation.

Ces trois composants sont reliés, et un formateur habile doit constamment travailler pour maintenir la bonne combinaison, afin de réaliser des résultats significatifs.

Le formateur présentera une illustration graphique pour montrer l'importance de chaque composant et comment ceux-ci contribuent à déterminer l'accomplissement des objectifs de formation



Il est important de se rappeler que là où ces conditions sont inexistantes, un habile et capable formateur devrait explorer d'autres solutions créatives. Voir le prospectus # 4.

EXERCICE

Le formateur demandera aux volontaires de démontrer l'utilisation d'un outil de présentation, par exemple, un rétroprojecteur.

Conseils pour l'utilisation du projecteur

Où sont les prises électriques ? Est-ce qu'une rallonge électrique est nécessaire ?
Savez-vous opérer le projecteur numérique ?
Le projecteur a-t-il été mis au point et est-il centré sur l'écran ?
Savez-vous utiliser le programme de Powerpoint ?
Y a-t-il une réserve de transparents blancs disponibles ?
Y a-t-il des feutres disponibles ?

Veillez

Laisser quelques lumières allumées ;
Gardez un bon contact visuel face au groupe tout en discutant les transparents ;
Maîtrisez les techniques telles que masquer les diapositives pour contrôler le rythme de la présentation ; et
Touchez votre dispositif de pointage sur le transparent.

Brise-glace

- Briser la glace et dynamiser sont des jeux et des exercices qui peuvent être utilisés pour développer les interactions de confiance et de groupe. Plus il y a de confiance et de connaissances échangées entre les participants, mieux ils exploreront et apprendront.

MODULE 1

THÈME 5

OBJECTIF

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

PRÉSENTATION

DURÉE

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET
DE FORMATION**

Évaluation et suivi

Les stagiaires seront capables d'expliquer les principes de l'évaluation.

Les stagiaires pourront choisir et concevoir un outil approprié d'évaluation.

Papier de tableau de conférence ; projecteur numérique, Annexe 1.5

Discussion du grand groupe, conférence /discussion, tâche individuelle

2,5 h

INTRODUCTION

Le formateur demandera aux participants d'identifier un cours de formation/programme/activité auquel ils ont participé, et d'enregistrer individuellement les différentes manières dont ils ont tiré profit. Les participants partageront leurs expériences avec le groupe, celles-ci seront inscrites sur le tableau de conférence. Le formateur mènera une discussion sur ces commentaires dans le grand groupe.

L'évaluation n'est pas simplement un acte ou un événement isolé, mais un processus à part entière. Il s'agit d'une partie intrinsèque des activités liées, la définition des besoins, l'établissement des objectifs, la conduite du programme, et la mesure des résultats.

Le processus d'évaluation peut commencer par la phase initiale de la planification du programme - celle visant à étudier des expériences antérieures. Si le planificateur de programme a conduit des activités similaires dans le passé, ou s'il peut trouver des personnes qui ont participé à ce genre d'activités, un examen de ces expériences devrait servir de guide aux efforts actuels.

Le formateur présentera les types d'évaluation à l'aide d'un transparent.

Évaluation de processus

L'évaluation de processus examine les procédures et tâches qui figurent dans la mise en application d'un programme ou d'une intervention.

Évaluation d'impact

L'évaluation d'impact est plus exhaustive et se concentre sur les résultats du programme à long terme, ou bien des changements, ou des améliorations du statut de l'activité.

Évaluation de résultats

L'évaluation de résultats est utilisée pour obtenir des données descriptives dans un projet ou programme et pour documenter des résultats à court terme.

Lors de la mise en application de ces évaluations, les principes suivants devraient être observés.

- (1) L'évaluation devrait être une partie intégrale de la phase de planification de conception de programme ;
- (2) L'évaluation devrait inclure un élément de mesure inextricablement liée aux objectifs d'apprentissage.
- (3) L'évaluation devrait suivre une conception systématique et devrait inclure ;
 - a. Qui sera évalué ;
 - b. Combien de fois l'évaluation devrait être effectuée, et l'objet de l'évaluation ;
 - c. Quel est le niveau ou la profondeur de l'évaluation ; et
 - d. Quelles méthodes d'évaluation sont les plus appropriées.

Le formateur demandera alors aux participants de partager les méthodes d'évaluation qu'ils connaissent. Celles-ci seront énumérées sur le tableau de conférence.

Le formateur fournira des méthodes supplémentaires qui peuvent être utilisées pour effectuer des évaluations et pour donner les directives suivantes pour développer le questionnaire. Les points suivants devraient être considérés ;

- a Déterminer ce qui doit être trouvé - Quels questions importantes doivent être posées par les participants ;
- b Développer un formulaire pour inclure ces questions ;
- c Rédiger le formulaire de façon à obtenir une tabulation facile, par exemple, à l'aide d'une échelle d'évaluation ou une liste de contrôle ;
- d Fournir un espace pour commentaires libres ; et
- e Décider dans quelle mesure les participants seront invités à fournir des informations au sujet d'eux-mêmes. D'habitude, il vaut mieux que les réponses soient anonymes.

Les stagiaires devraient être invités à rédiger un questionnaire. Voir l'annexe 1.6

EXERCICE

Des stagiaires seront invités à développer un programme de formation exhaustif en utilisant des concepts, principes, et techniques de ce module de formation.

MODULE 1

THÈME 6

OBJECTIF

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

PRÉSENTATION

DURÉE

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET
DE FORMATION**

Processus de communication

Les stagiaires pourront expliquer le processus de communication.

Les stagiaires pourront récapituler les barrières principales à la communication.

Rétroprojecteur ; projecteur numérique ; tableau de conférence ; Annexe 1.7, 1.8

Discussion de groupe ; discussion de conférence ; jeu

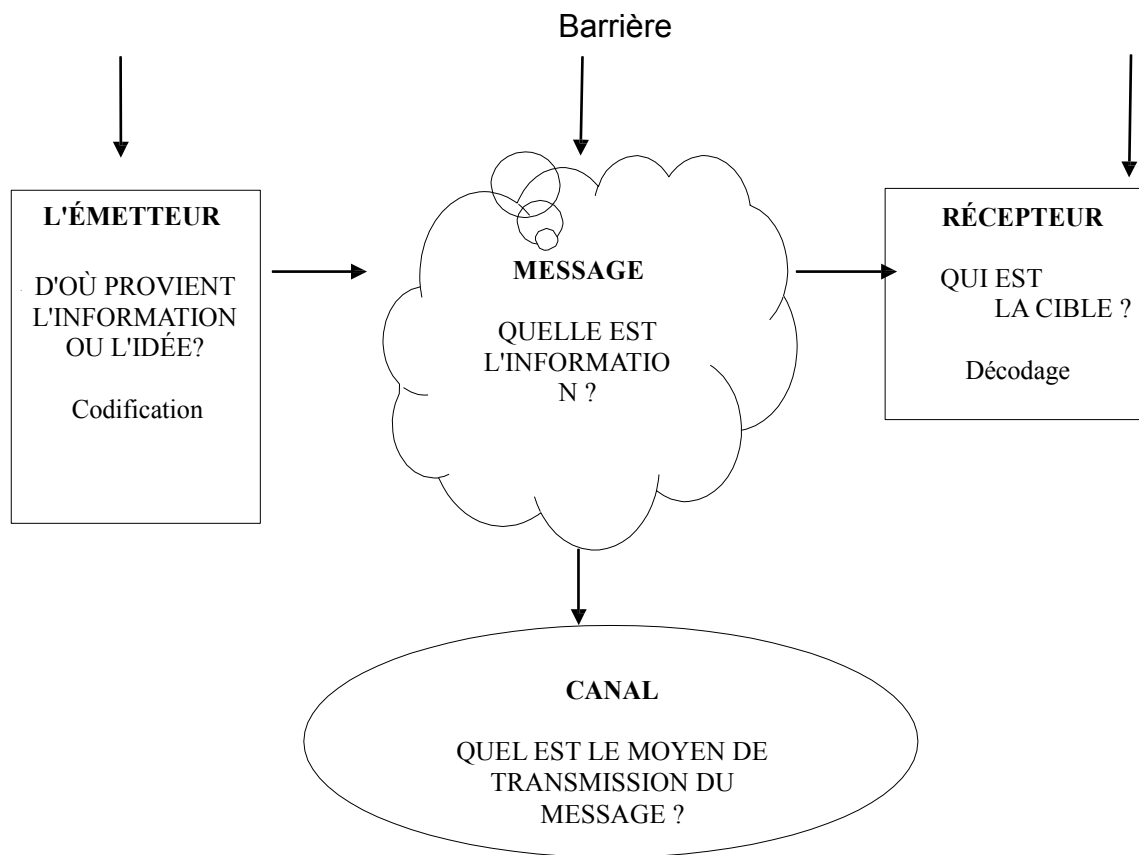
2,5 h

INTRODUCTION

Le formateur mettra en œuvre le jeu de bouche-à-oreille, pour expliquer le processus de communication. Des stagiaires sont invités à s'asseoir en cercle. Le formateur chuchotera un message à une personne en lui demandant de transmettre le message tel que reçu à la personne à côté de elle. La personne transmettant le message devrait le dire seulement une fois.

Le message est passé d'une personne à l'autre jusqu'à ce qu'il soit délivré à la dernière personne du groupe. Le formateur demandera à la dernière personne de révéler au groupe le message reçu. Le formateur demande alors à la première personne de révéler le message qu'il a transmis. Le formateur expliquera que la personne qui envoie le message est l'émetteur et la personne qui reçoit le message est le récepteur. Le formateur utilisera le graphique simple ci-dessous sur un transparent pour expliquer les éléments du processus de communication.

LE PROCESSUS DE COMMUNICATION



Commentaires

Le formateur expliquera que la façon la plus courante de regarder systématiquement le processus de communication est de recourir au paradigme bien connu de Harold Lasswell, - qui émet quoi, par quel moyen, à qui, et à quel effet. **Dans chaque situation de communication, il y a un émetteur produisant un message, qui est transmis par un canal à un public récepteur.** Si le récepteur répond manifestement au message, sa réponse sera la première étape d'un autre processus de communication. Il devient alors l'émetteur et ceci introduit l'élément de la rétroaction. Dans un petit groupe, la communication de tête à tête, là où une rétroaction immédiate est possible, le communicateur peut voir immédiatement (de façon simultanée) l'état de son message, comment celui-ci est compris, et si nécessaire, reprendre ou répéter son message ou des parties, jusqu'à éliminer les malentendus. **La rétroaction immédiate répond fondamentalement à cette question pour le communicateur : « Comment je me débrouille ? » La rétroaction retardée répond à la question : « Comment me suis-je débrouillé ? »**

Le formateur mentionne de nouveau le jeu de bouche-à-oreille et demande aux participants d'expliquer les changements dans les messages, c'est-à-dire, pourquoi l'émetteur et le récepteur n'ont pas le même message. Ceux-ci seront énumérés sur le tableau de conférence.

Le formateur soulignera quelques unes des raisons pour lesquelles la communication n'a pas été efficace, y compris ; la clarté du message, l'angoisse qui a lieu dans l'envoi et la réception du message, la présence de toute distraction (par exemple, un rire, des bruits), et la pertinence du langage. Le formateur précisera qu'il y a beaucoup de barrières qui peuvent perturber ou frustrer le processus de communication. Les deux les plus importantes sont connues sous le nom de - bruits ||. Le bruit mécanique inclut les parasites de la radio, la neige sur un écran, le vrombissement d'un système de sonorisation, une impression pauvre, quelqu'un qui tousse, ou rie dans un public.

Le bruit sémantique survient lorsqu'il y a une rupture dans le sens ou la discordance du message.

EXERCICE

Le formateur fournira une liste de barrières de communication et demandera aux participants de citer d'autres barrières qu'ils auraient pu rencontrer. (Prospectus # 7)

MODULE 1

THÈME 7

OBJECTIF

THÈME 7.1

OBJECTIF

THÈME 7.2

OBJECTIFS

THÈME 7.3

OBJECTIF

THÈME 7.4

OBJECTIF

ÉQUIPEMENT/ MATÉRIAUX

PRÉSENTATION

DURÉE

CAPACITÉS DE COMMUNICATION ET DE FORMATION

Capacités d'écoute

Les stagiaires seront capables d'expliquer le rôle de l'écoute dans une communication efficace

Communication verbale et non verbale

Les stagiaires pourront identifier et démontrer des moyens de communication verbaux et non verbaux

Communication de groupe

Les stagiaires pourront identifier les principes efficaces de communication et démontrer, à travers le jeu de rôle, les manières de gérer une communication de groupe.

Communication par le biais des réseaux sociaux internet. Identifier les avantages et les inconvénients des réseaux de communication comme Facebook, Twitter, des blogs et des webinaires pour rassembler les communautés.

Stratégies de marketing sociales

Apprendre sur les stratégies sociales, afin de les promouvoir et les mettre en application pour soutenir les MPA.

Tableau de conférence ; scénarios de jeu de rôle ; jeux juste pour s'amuser; projecteur numérique ; Annexes 1.8, 1.9,

Séance de réflexion ; discussion du grand groupe ; jeu de rôle ; démonstration ; jeux

3,5 h

INTRODUCTION

Capacités d'écoute

Le formateur lancera un jeu "juste pour s'amuser", afin de démontrer l'importance de l'écoute dans le processus de communication. Le formateur lira un rapport et demandera aux participants d'écouter soigneusement et d'identifier ce qui est erroné dans le rapport. Exemple, - Une voiture invisible est sortie de nulle part, a cogné mon véhicule, et a disparu.

Le formateur lira quatre rapports différents. On demandera aux stagiaires, après chaque lecture, ce qu'ils ont entendu et compris. Le formateur félicitera les participants qui ont pu identifier les erreurs dans les rapports. Le formateur soulignera l'importance de développer des capacités d'écoute soutenues, grâce à la pratique de la concentration et de la discipline. Quelques unes des raisons pour lesquelles nous devrions écouter sont :

Écouter peut résoudre des problèmes ;

Écouter peut signifier une amélioration des relations de travail ; et

Écouter vous aide à prendre de meilleures décisions.

EXERCICE

Le formateur divisera les participants en paires. Dans chaque paire, on demandera à une personne de jouer le rôle de l'orateur et l'autre celui d'auditeur. L'orateur sera invité à décrire un problème réel ou fictif à l'auditeur pendant 5 minutes. L'auditeur peut ne pas parler du tout, mais doit montrer une bonne écoute à travers une réponse non-verbale, c.-à-d., faire preuve d'un contact visuel, une expression faciale et un langage corporel favorables envers l'orateur. Après 5 minutes, laissez les paires échanger leurs rôles. Après l'activité, le formateur mènera une discussion de groupe sur les difficultés de jouer le rôle de l'auditeur.

Les participants recevront quelques directives sur une bonne écoute et on leur demandera de s'autoévaluer. Voir l'annexe 1.9

Communication verbale et non verbale

Le formateur expliquera que les gens communiquent non seulement avec des langues parlées et écrites, mais également avec des signes de la tête, des poignées de main, des accolades, des coups et des étreintes. Les actions parlent en effet plus fort que, ou aussi fort que, des mots dans la communication interpersonnelle. Des stagiaires seront invités à identifier et interpréter certains des signes non verbaux qu'ils ont observés en eux-mêmes ; c'est-à-dire, les membres du groupe présents dès le début de la session. Ceux-ci seront énumérés.

Le groupe sera invité à faire des commentaires sur les interprétations des signes non verbaux qui ont été observés.

EXERCICE

Le formateur écrira le rapport sur le tableau de conférence. - Je n'ai pas dit que vous étiez un voleur ||, et demandera à trois (3) volontaires d'interpréter la phrase, en reflétant différentes émotions, par exemple, colère, ennui, et humour. Les autres stagiaires seront invités à identifier quelle humeur a été communiquée et quels étaient les signes verbaux et non verbaux utilisés pour renforcer leur interprétation.

Le formateur rappellera aux participants que la communication verbale est liée principalement à :

1. L'utilisation d'un langage convenable ; c'est-à-dire, langage dans lequel il y a un sens partagé ; et
2. Une sensibilité ou une sympathie entre l'expéditeur et le récepteur ; c'est-à-dire, la conscience de parler - avec le || et non - au ||, - vers le bas au ||, ou - au || récepteur.

Les stagiaires devraient se renvoyer à l'annexe 1.10.

EXERCICE

Les participants seront divisés en deux groupes et se verront assignés deux situations séparées au jeu de rôle, un qui fait seulement appel aux signes non verbaux, et l'autre qui utilise la communication verbale et la non verbale .

Les deux situations

- i. Mettre en action une réunion avec un groupe de pêcheurs contrariés, à qui il leur a été donné de nouvelles zones de zonage pour la pêche et ils sont mécontents.
- ii. Mettre en action une réunion avec un groupe d'acteurs préoccupés concernant l'établissement d'une nouvelle réserve marine.

7.2 Communication de groupe

Les gens dépensent une fraction considérable de leurs vies dans de petits groupes. La communication dans ces groupes n'est pas différente dans la pratique d'une communication tête-à-tête. Le contexte du groupe devient plus complexe, parce qu'il y a plus de personnes avec leurs différents préjugés, idées fixes, comportements, et habitudes d'écoute qui se rencontrent et contribuent à la dynamique de communication de groupe.

Les stagiaires seront invités à partager leur expérience en communication de groupe. Ces expériences seront énumérées sur le tableau de conférence. Le formateur présentera des caractéristiques de communication de groupe auxquelles les participants devraient accorder une attention soutenue. Ceux-ci incluent :

1. Personnes qui dominent les sessions, posent fréquemment des questions et demandent des explications et généralement cherchent à se faire remarquer ;
2. Personnes qui sont soumises. Ces personnes essayent de se cacher dans un grand groupe, ne posent jamais des questions, et ne se portent jamais volontaires ; et
3. Personnes qui font beaucoup de plaisanteries et considèrent que leur rôle est d'apporter de l'humour. Ils tendent à croire que ce rôle les dispense de toute contribution sérieuse au groupe.

Le formateur demandera aux participants des conseils pour traiter ce type de personnes dans la communication de groupe.

Après cette discussion, le formateur fournira une liste de conseils pour aider à traiter ce type de personnes dans la communication de groupe. Prospectus # 10.

EXERCICE

Le formateur divisera les participants en petits groupes de 5 ou 6 personnes. Les groupes recevront des sujets. Le groupe sera prié de préparer un jeu de rôle, qui reflète les exemples et les types de caractères discutés dans la session.

Le formateur observera la présentation et recherchera les solutions utilisées dans la communication de groupe.

N'OUBLIEZ PAS....

- ▶ Dire quelque chose ne signifie pas que quelqu'un est en train d'écouter.
- ▶ Si quelqu'un écoute, cela ne signifie pas qu'il vous comprend.
- ▶ Si quelqu'un comprend, cela ne signifie pas qu'il l'accepte.
- ▶ Si quelqu'un l'accepte, cela ne signifie pas qu'ils feront ce que vous avez proposé.

7.3 Communication par le biais des réseaux sociaux d'internet.

L'utilisation de l'Internet et des formats de réseaux sociaux qui ont émergé ces dernières années rend le contact avec la communauté plus flexible et immédiat, pendant que nous cherchons le soutien de campagnes éducatives particulières. Dans le domaine des sciences sociales, un réseau social est une structure sociale : un groupe de personnes liées ensemble. Ils encouragent la participation et la collaboration entre les gens; en d'autres termes, ils facilitent aux gens la possibilité de participer à un projet en ligne n'importe où dans le monde. Un weblog ou un blog, est un site Web qui est régulièrement mis à jour avec des commentaires, des articles ou sujets d'un ou plusieurs auteurs rassemblés chronologiquement, d'abord s'affiche le plus récent, où l'auteur maintient toujours la liberté de publier ce qu'il considère pertinent.

Par exemple, les communicateurs et les éducateurs des zones marines protégées peuvent établir un réseau pour tenir la communauté au courant au sujet des activités tenues et des événements normaux qui ont lieu au site. Les utilisateurs peuvent également utiliser ce canal de communication pour informer le personnel des MPA sur les changements et les événements observés pendant les visites sur place. De cette façon, la portée de l'information peut être sensiblement amplifiée.

D'autres avantages des réseaux sociaux sont :

Il est possible de créer une identité personnelle et/ou virtuelle, car cela permet aux utilisateurs de partager l'information avec le reste du réseau social.

Ils facilitent les rapports entre les gens, évitant toutes sortes de barrières culturelles et physiques.

Ils facilitent le rassemblement d'information à tout moment grâce à une mise à jour constante.

Ils facilitent un apprentissage complet, en dehors des environnements d'enseignement, et accordent la possibilité de mettre en application des concepts appris.

Quelques exemples de réseaux sociaux, avec un plus grand potentiel de communication avec les communautés des MPA sont les suivantes :

Facebook : Il a commencé comme un réseau social universitaire, mais en raison de sa stratégie de vente il est devenu le réseau social le plus généraliste au monde. Il prévoit la création de groupes et de pages, et essaye de rassembler des personnes avec des intérêts communs. Dans les groupes vous pouvez ajouter des photos, des vidéos, des messages, etc. Les pages sont créées pour des buts spécifiques et à différence des groupes, elles n'ont pas des forums de discussion parce qu'elles sont orientées sur des marques ou des caractères spécifiques et et non pas vers n'importe quel type d'appel.

Flickr : La réseau social le plus grand et de partage de photos amateur.

Skype: Pas simplement un réseau social, mais un service téléphonique. Il est très utile pour tenir des conférences téléphoniques et des réunions.

Twitter : Réseau social pour l'échange d'intérêts professionnels et littéraires plus particulièrement, à travers des messages très courts. Les utilisations les plus communes sont pour : la surveillance d'événements en direct, webdiffusion d'entretiens et de présentations dont l'accès est autorisé à peu de personnes, pour échanger des points de vue pendant un événement dans lequel des gens participent, et pour partager des commentaires ou des discussions de publics sur des films ou sur des émissions à la télévision.

En raison de l'effet immédiat de la communication fourni par l'Internet, il devient plus important que jamais de suivre des protocoles et des comportements appropriés, afin que les messages soient efficaces et permanents.

CaMPAMRéseau & Forum (<http://campam.gcfi.org/campam.php>) est le portail de communication des scientifiques et des spécialistes dans la région des Caraïbes. Il est hébergé par

GCFI (www.gcfi.org) et soutenu par PNUE-PEC et ses partenaires. Il permet à la communauté entière d'être au courant des initiatives de recherche, de gestion et d'éducation de chaque pays et à niveau international.

Le site Web www.map.gov fournit des informations sur zones marines protégées aux États-Unis et accorde un certain degré de communication entre les personnes intéressées sur le sujet.

Règles basiques de bienséance pour l'usage des réseaux sociaux d'Internet dans la communication avec la communauté, à savoir :

Comme avec les stratégies efficaces traditionnelles de communication, le message destiné à la communauté doit être rédigé dans un langage clair, et facilement compréhensible. Tout le monde n'est pas au courant du vocabulaire caché et codé développé par les réseaux sociaux.

Les messages devraient être limités aux sujets concernant la question de la conservation. N'utilisez pas les réseaux sociaux pour des affaires personnels entre membres.

L'expéditeur du message doit se rendre compte que d'autres personnes, en dehors de leur groupe de communication, peuvent lire l'information publiée sur le site du réseau social.

7.4 Stratégies sociales de marketing pour favoriser le soutien des MPA.

Le champ du marketing social offre quelques stratégies qui ont été mises en application avec succès dans les domaines de la santé publique, de la conservation d'énergie et de réutilisation de déchets solides, entre autres. Le marketing social est l'utilisation de techniques commerciales de vente pour renforcer l'adoption d'un comportement destiné à améliorer la santé ou le bien-être du public concerné ou de la société dans l'ensemble. Il exige une attention focalisée sur la satisfaction du client, l'étude de marché et un processus systématique pour développer un programme de marketing. L'adaptation du contenu et des stratégies du marketing social concernant des programmes de communication pour la conservation et la protection des ressources naturelles dans une MPA, peut apporter une aide précieuse. Les stratégies sociales de marketing renforceront le message visé au changement de comportement et au soutien communautaire aux efforts de communication et d'éducation ayant pour résultat une campagne réussie.

Le marketing ou le marketing social ont cinq composantes clés (5 Ps) :

Produit : Le changement de comportement souhaité

Prix: Les "coûts" liés à l'adoption d'un nouveau comportement

Lieu: canaux de distribution aux groupes cibles

Promotion: Mélange de médias utilisés pour atteindre le groupe cible

Participation: le facteur devrait être ajouté pour des fins de développement

Des stratégies sociales de marketing peuvent être adoptées :

Développement de campagnes de sensibilisation et d'éducation publique.
Création de matériel promotionnel et éducatif.
Amélioration des services d'agence ou d'organisation.
Création de nouveaux programmes.

Le processus de marketing social comprend cinq phases ou étapes générales :

Planification: La planification est à la base de tout le processus. Afin d'assurer l'efficacité du programme il est nécessaire de comprendre le problème, le public ciblé dans la campagne et l'environnement dans lequel le programme opère. Une recherche surveillée et méticuleuse est essentielle dans cette phase.

Développement du message et matériaux pertinents : Utilisez l'information obtenue à partir de recherches dans la conception des matériaux.

Validation ou test préliminaire : Important pour déterminer quelles stratégies ou méthodes peuvent réussir ou pas. Il y a un lien constant entre la phase de développement et le test préliminaire.

Mise en application: Introduction du programme choisi au public. Il est important de surveiller de façon constante et uniforme la réaction du public au message.

Évaluation et rétroaction: L'évaluation de l'impact du programme prend en considération la rétroaction du public. L'évaluation est un processus continu sur toutes les étapes et non seulement à la fin de la campagne. Les éléments suivants du programme doivent être évalués :

- *Processus*: discute les procédures et tâches impliquées dans la mise en application d'un programme ou d'un procédé.
- *Impacts*: se concentrent sur les résultats du programme à plus grande échelle, ou des changements, ou améliorations de l'état de l'activité. Il est plus exhaustif.
- *Résultats*: L'évaluation de résultats est utilisée pour obtenir des données descriptives dans un projet ou programme et pour documenter des résultats à court terme.

La phase de l'évaluation et de la rétroaction est essentielle au succès des campagnes. C'est à ce stade où la réaction de la communauté est rassemblée sans interruption, en particulier l'empathie et la solidarité avec le message, et leur volonté de compromettre pour atteindre les objectifs de conservation et protection des ressources naturelles.

MODULE 1

THÈME 8

OBJECTIF

**ÉQUIPEMENT/
MATÉRIAUX**

PRÉSENTATION

DURÉE

**CAPACITÉS DE COMMUNICATION
ET DE FORMATION**

Capacité de présentation

Les stagiaires pourront énumérer les points principaux d'une présentation efficace.

Papier de tableau de conférence ; marqueur ; liste de présentations ; affiches, diapositives, VCR/TV/Camcorder Annexe 1.11 de - Comment trouver des supports audiovisuels

Discussion ; démonstrations

2 h

INTRODUCTION

Les stagiaires seront invités à décrire les modèles de présentation qu'ils ont utilisés. Ceux-ci seront discutés au sein du groupe.

Le formateur expliquera que le modèle de la présentation ; c'est-à-dire, la façon d'agir ou de se comporter du présentateur, est presque aussi important que le contenu. Le présentateur doit chercher consciemment à ce que le public - se regroupe et prenne note // de ce qu'il dit. Le contact visuel, la posture, et les gestes de mains, contribuent toutes à votre capacité d'avoir un impact sur le public. D'autres considérations importantes à prendre concernant le modèle sont les pauses créatives ; c'est-à-dire, s'arrêter pour respirer et retrouver votre fil, votre posture et votre allure est un signe confiance et de puissance. L'utilisation de vos mains est importante pour vous aider à peindre un tableau visuel. Votre voix est votre plus grand atout, pour obtenir et garder l'attention du public. Par conséquent, il est important d'être conscient des sons qui sortent de votre bouche.

Les aides visuelles amélioreront également vos présentations.

EXERCICE 1.11

Les stagiaires recevront des sujets à préparer et seront aléatoirement choisis pour faire des présentations de 5 minutes face au grand groupe. Les stagiaires devraient utiliser des prospectus # 11 pour renforcer leur préparation. Cette présentation sera filmée.

Ce film sera montré par la suite pour une analyse de groupe sur le contenu, le modèle, et l'impact.

Bibliographie

Communications

- Bales, Robert F. 1973. *Psychologie et communication*. Voice of America Forum Series.
- Belo, David. 1960. *The Process of Communication*. Holt. Reinheart and Winston.
- De Fleur, M. & S. Ball-Rokeach. 1975. *Theories of Mass Communication*. Donald McKay Co. Inc 3rd Edition.
- McBride, Dennis. 1982. *How to Make Visual Presentation*. Art Director Book Company.
- Men Message and Media: A Look at Human Communication*. Publisher Harper & Rowe, 1973
- Merril, J.C. & R.L. Lowenstein. 1971. *Media, Messages & Men*. University of Missouri, Columbia
- Miller, George. 1946. *Psychology and Communication*. Voice of America Forum Series.
- Practical PR – Public Speaking*. Futures Group International, 1995.
- Schramm, Wilbur. 1971. ‘The Nature of Communication Between Humans’, in *The Process and Effects of Mass Communication*. University of Illinois Press.

Formations

- Training for Trainers*. Foundation for International Training for 3rd World Countries, Copyright, 1982
- A Tool Box for Building Health Communication Capacity*. Academy for Educational Development Social Development Division, 1995.
- Making Health Communication Programs Work: A Planners Guide*. US Department of Health and Human Services & National Institute of Health, 1992
- Training and Continuing Education*. Hospital Research and Education Trust Chicago, 1970
- Mills H. R. *Teaching and Training: A Handbook for Instructors*. Undated
- Otto, C. & R. Glaser. *The Management of Training: A Handbook for Training and Development Personnel*.
- Hamblin, A.C. *Evaluation of Training in Industrial Training*. International, Nov 1970

ANNEXE 1.1 : PRINCIPES DE L'ENSEIGNEMENT POUR ADULTES

1. Les adultes doivent vouloir apprendre : Les parents peuvent influencer leurs enfants pour qu'ils apprennent, en leur disant qu'ils devraient apprendre, mais les adultes doivent avoir un désir - un besoin ressenti d'acquérir les connaissances - et d'habitude pour un but spécifique.
2. Les adultes apprennent mieux lorsqu'ils voient un besoin d'apprendre. Ils ont tendance à être pratiques dans leur approche à l'étude. Ils doivent savoir de quelle façon la formation leur fournira une aide dans le présent.
3. Ils veulent apprendre quelque chose à chaque session. Ils peuvent devenir impatients rapidement avec trop de théorie, mais ils aiment comprendre et essayer. Accorder du temps pour ce processus vaut la peine.
4. Les adultes apprennent mieux avec une participation active ; ils apprennent des discussions sur les problèmes, en trouvant des solutions, et avec la mise en application des capacités. Ils ont une vaste expérience, et critiquent souvent de nouvelles idées.
5. Les adultes apprennent à travers des problèmes réalistes. Des sujets pratiques qu'ils rencontrent tous les jours dans leur travail sont ceux qui attireront leur attention la plus soutenue.
6. L'expérience est un facteur dans l'enseignement pour adultes. Les adultes font un lien entre leur étude et ce qu'ils savent déjà, et ils croient que les nouvelles connaissances doivent s'aligner avec leurs expériences passées. Les adultes construisent leur apprentissage sur ce qui est connu.
7. Les adultes apprennent mieux dans un environnement informel. La plupart des adultes n'aiment pas les expériences dans une classe. L'organisation des places pour s'asseoir dans les formats de discussion ; le choix des chaises et des tables et, en général, un environnement plus détendu obtient d'habitude de bons résultats.
8. Les adultes répondent bien à une variété de méthodes de enseignement, ou à des présentations, en particulier celles qui font appel à diverses combinaisons des sens pour l'étude.
9. Un dialogue honnête entre les participants doit avoir lieu
Dans l'enseignement pour adultes, le facilitateur apprend des participants lorsqu'il y a un dialogue ouvert, dans lequel un partage honnête a lieu. Le dialogue ouvert, où le facilitateur apprend et les participants s'ouvrent, devient le contenu de formation.
10. Le travail d'équipe en petits groupes est le plus efficace.
La formation pour adultes fournit aux participants des opportunités de pratiquer des capacités de communication et de consolidation d'équipe en petits groupes.
11. Des rapports sains et des rôles clairs doivent être établis
Les adultes apprennent mieux dans un climat de respect mutuel et de confiance. Tout le monde doit savoir ce que l'on attend des formateurs, des participants, et de la formation. Chaque participant doit savoir ce qu'ils doivent apporter et recevoir de la formation.

ANNEXE 1.2 : DESCRIPTION DES MÉTHODES DE FORMATION

Conférences

D'habitude, une conférence utilise un ensemble de notes détaillé. En tant que tels, les conférences s'accompagnent de beaucoup de préparation et de planification détaillées à l'avance. La plupart des conférences sont illustrées d'une manière ou d'une autre. Les aides audiovisuelles, telles que des diapositives de projecteurs, des transparents, des tableaux de conférence, et des séquences vidéo, peuvent apporter de la clarté et de l'intérêt à une présentation. Les conférenciers habilitent aussi leur matériel et leur vocabulaire pour s'adapter aux besoins et le niveau de compréhension d'un groupe spécifique. Toutes les conférences réussies sont bien organisées, ciblées, pertinentes et elles utilisent assez d'exemples, d'illustrations et d'humour pour garder l'attention du public.

Les conférences et les présentations courtes peuvent être une méthode de formation efficace lorsque l'objectif est de transmettre des informations. Ainsi, au moment de présenter un nouveau sujet, une présentation courte peut réveiller l'intérêt des stagiaires et expliquer ce qu'ils pourront apprendre. Dans de nombreux cas, il est important de fournir aux stagiaires quelques faits et concepts de base comme contexte pour des activités ultérieures. Les formateurs font souvent des présentations courtes, afin de fournir une vue d'ensemble d'un sujet, et passer en revue, clarifier, souligner ou récapituler une leçon. Une conférence est également efficace lorsqu'il n'y a pas beaucoup de temps, et lorsqu'il y a un besoin de montrer l'application de règles ou de concepts. Lorsque le temps est limité ou un groupe est grand, les conférences sont parfois la seule alternative réalisable.

Démonstrations

La méthode de démonstration a certaines similitudes avec la méthode de conférence. Dans les deux cas, parler joue un grand rôle. Dans le cas de la méthode de démonstration, cependant, une quantité considérable de temps est également passée à montrer aux stagiaires comment faire quelque chose. C'est très visuel et verbal.

Dans cette méthode, le formateur doit non seulement fournir des connaissances, mais aussi présenter des capacités. La compréhension est également importante. Normalement, un certain procédé ou procédure est impliquée. Ceci pourrait inclure la démonstration des étapes impliquées dans le changement d'un roue de voiture, comment équilibrer un registre financier, ou expliquer des techniques d'entretien pour embaucher de nouveaux employés.

Le principe fondamental d'une démonstration réside sur le fait que les capacités se développent quand on voit la façon dont quelque chose est fait, quand on a l'occasion de pratiquer et obtenir une rétroaction des formateurs. D'une manière générale, la démonstration commence avec une explication de ce que les stagiaires devraient chercher pendant la démonstration. Au fur et à mesure que la procédure est montrée, il est important de souligner sa place dans la séquence. De cette façon, la capacité sera vue comme une activité intégrée, et pas simplement comme un ensemble d'opérations séparées. Les stagiaires ont ensuite l'opportunité de pratiquer pour eux-mêmes.

La rétroaction du formateur est importante, afin que des comportements corrects puissent être renforcés et des erreurs puissent être corrigés.

La méthode de démonstration réveille l'intérêt du stagiaire. Aussi, le rythme est flexible et peut facilement être changé aux besoins du groupe. D'une autre part, beaucoup de temps, d'efforts, et de coûts, peuvent être exigés pour établir une démonstration efficace.

Discussions de groupe

La méthode de discussion est orientée vers le stagiaire. Les discussions de groupe sont généralement sans cérémonie, avec beaucoup de participation, d'interaction, et de partage d'expériences. Les stagiaires se rappellent mieux lorsqu'ils s'impliquent. Pour cette raison, la méthode est très populaire parmi les formateurs et les stagiaires.

Les discussions sont particulièrement utiles pour résoudre des problèmes, pour explorer des questions, pour partager des expériences, et pour prendre des décisions. Ce processus est l'une des meilleures façons d'obtenir un changement d'attitude de la part des stagiaires.

Les discussions font partie de nombreuses leçons de formation et pratiquement toutes les méthodes d'instruction participatives impliquent l'interaction du groupe. Il est donc important pour les formateurs de développer leurs capacités dans la gestion des discussions de groupe afin qu'ils puissent utiliser cette technique pour explorer des opinions divergentes avec les stagiaires, pour fournir des opportunités de partage et de développement d'idées à partir du matériel d'entraînement, et pour discuter des réactions aux expériences et aux problèmes. Cependant, la discussion prend du temps et peut être difficile à contrôler, particulièrement dans des groupes plus grands. Souvent, de nombreux points de vue sont présentés et il peut être difficile de garder une discussion sur la bonne voie. La capacité de l'entraîneur de poser des questions pertinentes, d'encourager la participation, de récapituler les points clés, et de limiter des dialogues inutiles ou prolongés est la clé des discussions efficaces.

Séance de réflexion (Remue méninges)

Dans cette méthode, les formateurs produisent autant d'idées que possibles dans une période courte de temps. Un grand nombre est souhaité. Ils doivent dire tout ce qui leur passe par la tête, même si cela semble ridicule. Une personne dans le groupe écrit chaque idée, y compris les idées drôles (celles-ci peuvent souvent être très révélatrices ou positives pour créer une ambiance après l'exercice). La seule règle importante c'est que les stagiaires ne discutent et ne critiquent aucune des idées avancées. Puisque la plupart d'entre nous juge ce que les autres disent afin d'exprimer nos critiques, il est important pour le formateur de surveiller soigneusement chaque groupe et interrompre à chaque fois que quelqu'un viole cette règle.

Le principe des remue-méninges c'est que les idées stimulent le développement d'autres idées. Il s'agit d'un processus créatif. Les critiques arrêtent cette circulation d'idées, tandis que l'encouragement et la pression du temps augmentent le niveau d'activité. En tant que tel, les remue-méninges sont une méthode utile de discussion de groupe pour encourager la participation, pour le développement d'idées, et pour dévoiler en peu de temps les connaissances et les pensées du groupe.

Études de Cas

La méthode d'étude de cas implique une discussion détaillée de groupe sur des situations réelles. Elle exige de la lecture, de l'étude, des analyses, des discussions, et le libre échange d'idées. Aussi, les stagiaires prennent des décisions et pratiquent la vente de décisions à d'autres.

L'étude de cas peint une image efficace et précise, basée sur des observations directes, d'une situation qui montre des personnes en train d'agir, interagir et réagir. Les stagiaires passent en revue l'étude de cas et la discutent en détail. Ils essayent de diagnostiquer le(s) problème(s) et développer des solutions.

Il y a cinq utilisations importantes pour la méthode de cas :

1. Promouvoir la discussion des facteurs significatifs dans une situation ;
2. Développer le jugement, la pensée critique, et la capacité de résolution de problèmes ;
3. Apprendre les principes importants de gestion et de conduite ;
4. Renforcer les capacités humaines de relations ; et
5. Apprendre à identifier les événements significatifs d'une situation.

Le processus de développement et de présentation d'idées propres est plus intéressant qu'écouter les idées d'un formateur. Les résultats de la discussion de cas sont généralement plus pertinents à l'expérience des stagiaires parce qu'ils reflètent leurs propres perceptions, attitudes, et sentiments au sujet du cas. Les idées, les concepts, et les principes développés à travers la discussion de cas seront plus facilement retenus par les stagiaires. Ils deviennent plus conscients des différences individuelles et gagnent un nouveau point de vue, dans leurs propres manières de penser, de parler, d'écouter, et de prendre des décisions.

Cependant, une quantité de temps considérable est requise pour que les stagiaires lisent, digèrent, et discutent tout le matériel des études de cas. Le niveau de concentration des stagiaires doit être constamment élevé afin d'obtenir de bons résultats. De plus, une situation de cas ne pourra jamais refléter complètement la qualité changeante de la vraie situation. Elle présente seulement une situation du point de vue d'un observateur à un moment fixe dans le temps. Néanmoins, la méthode d'étude de cas est l'une des activités en classe les plus populaires de la formation commerciale.

Ainsi, les études de cas et les exemples fournis par les stagiaires basés sur leurs expériences sont recommandés. Ceci aidera à attirer l'attention des stagiaires et à stimuler une discussion plus riche sur les sujets examinés et un meilleur apprentissage.

Jeu de rôle

Le jeu de rôle peut être décrit comme un comportement réel dans une situation imaginaire. Le jeu de rôle ne consiste pas à interpréter un personnage ou à essayer de se comporter comme quelqu'un d'autre selon vous ; il s'agit de personnes étant elles-mêmes dans différentes situations. C'est une bonne manière de combler l'écart entre l'étude de principes et de techniques et l'utilisation de ces principes et techniques.

En quoi consiste le jeu de rôle?

Lorsque vous vous essayez au jeu de rôle, une situation est décrite pour vous. Cette situation peut comprendre ce qui vient de ce passer, ce qui va se passer dans un avenir immédiat et le rôle à jouer par chaque joueur.

Puisque vous ne devez pas jouer d'une manière prescrite, les jeux de rôle n'ont pas des scénarios ni des directions détaillées. Les joueurs de rôle utilisent l'information disponible sur la situation, leur propre expérience, et leurs manières de se comporter quand ils jouent le rôle.

ANNEXE 1.3 : LES TECHNIQUES POUR ÉVALUER LES BESOINS DE FORMATION

Certains besoins sont évidents. L'existence de certains besoins de formation peut être acceptée sur la base du bon sens et de la raison sans faire appel à des études ou analyses approfondies. Une sorte de formation est une nécessité pratique pour la croissance et le développement d'un individu ou d'une organisation.

L'agent formateur, peut se servir de chacune, ou de toutes ces méthodes dans ses enquêtes :

INTERVIEW Agent supérieur, surveillants et personnel sur le terrain ; utilisation des questionnaires, des essais et de la discussion de groupe.

L'ÉTUDE Rapports, aperçus, statistiques, et autres données de gestion.

L'OBSERVATION Situations de procédure et de travail.

1. L'interview

L'interview est l'une des méthodes les plus utiles pour d'obtenir des informations. Plus que toute autre méthode, les interviews aident l'agent de la formation à évaluer ce que les personnes interviewées pensent de leur travail, et pourquoi. Cette information est cruciale pour le succès de l'effort de formation.

Une interview prend du temps et exige une planification.

Naturellement, au plus l'interviewer est plus habile, au moment de poser et interpréter des réponses, plus sont valables les informations recueillies. Essayez les questions à l'avance, et révisiez-les si nécessaire afin d'assurer qu'elles sont correctement comprises. Laissez aux personnes interviewées le temps de parler, et concentrez-vous à écouter leurs réponses et éviter de juger leurs opinions. N'utilisez pas ces entrevues de recherche de faits pour interpréter ou vendre vos propres idées ou pour instruire les personnes interviewées sur des sujets de formation.

Voici quelques questions que vous voudrez peut être poser.

Quel est le but spécifique de la formation ?

Quels sont les groupes du personnel concernés ?

Quels sont les sujets principaux ?

Qui peut fournir les connaissances et l'expérience nécessaires pour dispenser la formation ?

Quels sont les bénéfices directs qui s'ensuivent ?

2. Utilisation des questionnaires

Comme support pour une stratégie d'interview, des questionnaires peuvent être utilisés pour obtenir un échantillon plus large des opinions concernant les besoins de formation.

Ces questionnaires peuvent faire référence à un besoin spécifique, ou à des problèmes plus larges. Ils peuvent être utilisés pour atteindre un grand nombre de personnes en peu de temps, et la méthode donne à chaque destinataire l'opportunité de penser sur ses problèmes et donner des réponses réfléchies. Si les questions sont soigneusement préparées, l'information peut être rapidement traitée et utilisée pour son but de formation.

Préparer un questionnaire peut être une tâche difficile, et exige une capacité de composition des questions. Un bref aperçu préliminaire aidera à définir le genre de questions qui fourniront l'information exigée, et un examen critique des réponses donnera des conseils pour améliorer forme et le contenu du questionnaire. La manière dont les surveillants et le personnel sont informés au sujet du but du questionnaire est aussi importante.

Une fois que vous avez commencé à interviewer le personnel interviewant, ou sollicité l'aide apportée par le questionnaire, les personnes interviewées s'attendent à recevoir des conseils sur les résultats et sur l'action de formation qui suit. Aux étapes initiales de votre enquête, expliquez où vous voulez en arriver, et comment leur coopération les aidera. Expliquez comment les résultats de l'enquête aideront à :

- Déterminer les besoins de formation de l'organisation, ou de l'individu ;
- Décrire un programme de formation pour des besoins urgents ; et
- Décidez l'ampleur des ressources de formation requises pour satisfaire ces besoins.

3. Test pour accéder à la formation

Différents types de tests sont parfois utiles pour évaluer les besoins de formation. Des dispositifs de test peuvent être utilisés pour déterminer si la cause d'un problème identifié est due à une insuffisance de connaissance, de capacité ou d'attitude, et quelle genre de formation devrait donc être fournie.

4. **Ateliers des surveillants**

L'utilisation d'ateliers, dans lesquels un groupe choisi de surveillants ou de cadres analysent les problèmes de leurs organisations, est une excellente méthode pour déterminer les besoins de formation et pour gagner du soutien.

Ce processus, identifie non seulement les besoins de formation (parmi d'autres), mais peut être utilisé pour établir une base solide de soutien à la formation, parce que les agents eux-mêmes arrivent à un accord sur le besoin d'action et aident à décider sur la formation requise.

De plus, le processus lui-même est une formation solide dans la discussion analytique de méthode et de discussion en groupe sur des problèmes communs. L'agent de formation profite au maximum des bénéfices issus de ces ateliers, s'il organise la réunion, aide à clarifier les objectifs, et apporte des conseils sur la nature et l'ampleur de bénéfices de formation possibles. Il devrait éviter de faire des jugements de valeur ou de diriger l'atelier vers ses propres conclusions.

ANNEXE 1.4 : TECHNIQUES POUR ÉVALUER LES BESOINS DE FORMATION

RÉSUMÉ DE QUELQUES MÉTHODES UTILISÉES POUR DÉTERMINER LES BESOINS DE FORMATION

MÉTHODE	AVANTAGES	LIMITATIONS
L'interview	Révèle des sentiments, des causes et des solutions possibles à des problèmes et aussi des faits. Offre la meilleure opportunité pour exprimer des opinions librement et donner des suggestions.	Ça prend du temps, et peut atteindre peu de gens. Il peut être difficile de mesurer les résultats. Peut donner la sensation à la personne d'être - sous la loupe.
Questionnaire	Peut atteindre beaucoup de gens en peu de temps (par exemple, par le biais de l'Internet). Il est relativement peu coûteux Donne l'occasion de s'exprimer sans peur ni honte. Les données peuvent être facilement résumées et rapportées.	Peu de possibilités de s'exprimer librement sur des réponses inattendues Il peut être difficile de formuler A une efficacité limitée pour aider à trouver les causes des problèmes et des solutions possibles
Test d'entrée	Utile en tant qu'outil de diagnostic pour identifier des zones spécifiques de faiblesses. Utile dans le choix de stagiaires potentiels, ceux qui peuvent profiter le plus de la formation. Il est facile de comparer et rapporter les résultats	Des tests validés pour de nombreuses situations spécifiques ne sont souvent pas disponibles. Des tests validés ailleurs, ne sont peut être pas valables dans des situations nouvelles. Les résultats donnent des indices, mais ne sont pas concluants. Les tests sont le deuxième meilleur témoignage de la performance d'un travail.
Analyse de problème de groupe.	De même que pour l'interview, mais en plus: Permet la synthèse de différents points de vue. Favorise une compréhension et un accord généraux. Renforce du support pour une formation nécessaire. Il s'agit d'une bonne formation à part entière	Prend du temps et c'est coûteux au début Les surveillants et les cadres peuvent se sentir trop occupés pour participer, et veulent que le travail soit effectué pour eux. Il peut être difficile de mesurer les résultats.
Analyse du travail et évaluation du rendement	Produit des informations spécifiques et précises au sujet du rendement des travaux. Sont directement liés à des travaux actuels et au rendement au travail. Divise le travail en segments maniables pour la formation et pour l'évaluation.	Ça prends du temps. Difficile pour des personnes qui ne sont pas spécialement qualifiées dans les techniques d'analyse de travail. Les surveillants n'aiment souvent pas passer en revue les insuffisances des employés avec eux personnellement.
Enregistre et établit un rapport d'étude	Fournit d'excellents indices aux points sensibles. Fourni la meilleure évidence objective des résultats des problèmes Représentent d'habitude une préoccupation et sont facilement compris par les responsables opérationnels.	Ne montre pas les causes des problèmes, ou des solutions possibles. Peut ne pas fournir assez de cas (par exemple. réclamations) pour être significatif. Peut ne pas refléter la situation actuelle, les changements récents.

ANNEXE 1.5 : COMMENT CONCEVOIR VOTRE PROGRAMME DE FORMATION POUR LE CONTEXTE LOCAL

Les publics cible principaux sont ceux que vous voulez atteindre d'une certaine façon. Les publics cible secondaires sont ceux qui influencent les publics principaux.

1. Déterminez le contenu de la formation
2. Déterminez quel public a besoin de quelle formation
3. Pourquoi le public ne fait pas preuve du comportement souhaité ?
S'ils ne peuvent pas le faire, formez-les pour qu'ils comprennent et puissent le faire ;
S'ils ne le feront pas, apportez de la motivation pour qu'ils changent leur comportement.
4. Déterminez les avantages et les barrières à l'adoption d'un nouveau comportement
5. Décidez quel comportement est possible
6. Déterminez ce qui renforcerait le comportement lorsqu'il est adopté
7. Mettez en place des objectifs de formation mesurables
8. Définissez très clairement le contenu qui doit être appris
9. Organisez le contenu afin de conduire une étude logique
10. Déterminez et développez les matériaux de l'étude
11. Développez les présentations des matériaux
12. Développez et organisez les procédures administratives
13. Analysez les tâches et définissez les types de capacités ou pratiques à adopter : les capacités de réaction, de perception, conceptuelles, et d'application
14. Déterminez le processus d'apprentissage à utiliser (c.-à-d. visuel, auditif, physique, émotif, conceptuel, pratique, individuel et de groupe) ; et
15. Déterminez comment les participants traiteront et mettront en application les nouvelles leçons apprises

16. Déterminez les moyens de formation les plus appropriés
17. Concevez les critères et les instruments d'évaluation pour la formation
18. Quelles sont les ressources disponibles ? Incluez :

Le personnel et les membres du comité des ressources, les associés d'autres programmes et des volontaires ;
Les fonds budgétaires et les ressources financières, tels que l'utilisation des ordinateurs, les frais de poste et des impressions ; Services disponibles à partir d'une autre source ; matériaux éducatifs gratuits ou à un coût ; Informations - sur la question, le public cible, la structure de la communauté et des moyens et les matériaux éducatifs disponibles ; ET
Le Temps- le nombre de semaines, de mois ou d'années disponibles pour accomplir le programme.

19. Quelles activités communautaires, organisations, ou autres facteurs de contribution existent-il ?
20. Quelles sont les barrières présentes? (telles que des obstacles d'approbation, l'absence de financement, des objectifs difficiles à atteindre)
21. Quelles activités pourraient s'associer le mieux aux ressources que vous avez identifiées et s'adapter aux contraintes identifiées ?

ANNEXE 1.6 : ÉVALUATION

L'évaluation n'est pas simplement un acte ou un événement isolé, mais un processus à part entière. Il s'agit d'une partie intrinsèque des activités liées, la définition des besoins, l'établissement des objectifs, la conduite du programme, et la mesure des résultats. Le processus d'évaluation peut commencer par la phase initiale de la planification du programme - celle visant à étudier des expériences passées. Si le planificateur de programme a conduit des activités similaires dans le passé, ou s'il peut en trouver des personnes qui ont participé à ce genre d'activités, un examen de ces expériences devrait servir de guide aux efforts actuels.

Une telle révision indiquera que certains matériaux, méthodes, programmes, participants et autres, sont plus susceptibles d'obtenir des résultats efficaces que d'autres.

L'évaluation influence également le choix des objectifs du programme. Choisir certains objectifs comme étant plus importants ou plus atteignables que d'autres est une évaluation en soi. Il convient de garder à l'esprit s'il est possible d'évaluer ou pas l'atteinte d'un objectif. Cependant il est plus important de considérer, si un objectif est pertinent plutôt que de déterminer s'il est facilement mesurable.

Les principes de l'évaluation peuvent servir de directives et peuvent aider le planificateur du programme à éviter certains pièges rencontrés dans l'évaluation.

- (1) L'évaluation devrait être une partie intégrale de la phase de planification de la conception de programme ; l'évaluation d'un programme de formation correspond à évaluer sa valeur. L'évaluation ne peut pas être accomplie efficacement à moins que le lien entre les objectifs du programme et les procédures d'évaluation à utiliser soit établi à l'étape de planification.
- (2) L'évaluation devrait comprendre un élément de mesure. Ceci est intrinsèquement lié aux objectifs de étude. L'objectif d'étude permettra au directeur de programme de connaître ce qu'il peut voir ou ce qu'il doit attendre des participants quand les objectifs ont été atteints.
- (3) L'évaluation devrait suivre une conception systématique et devrait inclure ce qui suit:
 - (a) Qui doit être évalué ? Dans la plupart des cas, les stagiaires ou les participants au programme seront évalués
 - (b) Avec quelle fréquence l'évaluation doit-elle être conduite ? L'évaluation devrait être conduite plus d'une fois. Il est recommandé d'évaluer le participant avant le début du programme, et à nouveau, après qu'il ait été accompli.
 - (c) Que doit être évalué ? Le choix de base est d'évaluer le comportement ou la performance du programme ou des participants

- (d) Quel est le niveau ou l'ampleur de l'évaluation. Dans le meilleur des cas, l'évaluation devrait être effectuée à plus d'un niveau et plus d'une seule façon, c.-à-d. la réaction des participants doit être apprises tout comme celle des chefs des réunions, des coordonnateurs, et des personnes qui peuvent observer les participants à leurs travaux.
- (e) Quelles sont les méthodes d'évaluation appropriées ? Les listes de contrôle et les questionnaires à compléter par des participants de programme sont parmi les méthodes les plus utilisées d'évaluation. Cependant d'autres méthodes peuvent les remplacer ou les compléter.

La détermination de quelle méthode est appropriée dépend en grande partie du type de résultats de étude produit par la réunion ou le programme

ANNEXE 1.7 : LE PROCESSUS DE COMMUNICATION.

Le terme - communication || vient du latin communis (commun) ou de communicare (établir une communauté ou lieu commun, ou pour partager). Pour le moins, il est clair que le terme implique un partage, une réunion des esprits, un rassemblement de symboles communs dans les esprits du participant - bref, une compréhension. La communication, ainsi, comme processus, est réciproque ; les messages vont dans les deux sens et résulte en une démarche participative, et des réponses partagées. Il convient de réaffirmer ici que nous considérons la communication comme un processus, et non comme synonyme de - message. || On peut parler de communication de la même manière que l'on parle de message. Dans ce sens, il peut y avoir une communication sans récepteur du message. Mais quand nous parlons de communication (un processus), il doit y avoir un émetteur (communicateur) et un récepteur (destinataire).

On peut probablement affirmer que la communication exige toujours quatre facteurs :

- I. Source
- II. Message
- III. Canal
- IV. Destination

Lorsque l'expéditeur (communicateur) a traduit son message mental en stimulus symboliques (message), il le canalise vers la destination (destinataire) d'une façon quelconque (milieu ou canal). Si ces stimulus (message) - passent || et ils sont compris par la destination (le destinataire est capable de la décoder), alors le processus de communication est terminé. Très probablement, si le destinataire répond au message ouvertement, sa réponse sera la première étape d'un autre processus de communication, il devient alors le communicateur et sa réponse || devenue le nouveau stimulus - || ou message adressé à quelqu'un d'autre.

ANNEXE 1.8 : BARRIÈRES À LA COMMUNICATION

Une communication efficace est une communication où une compréhension est établie, où le message obtient chez le récepteur la réponse souhaitée par l'expéditeur. Dans une communication efficace le message - arrive chez le destinataire et sa signification est très similaire à celle du communicateur. Il est extrêmement difficile de réaliser une communication efficace ; en fait, beaucoup d'étudiants de communication disent que c'est vraiment impossible. Beaucoup de barrières existent pour perturber ou frustrer la communication. Sans doute, les deux les plus importants sont souvent appelés - bruits. Il s'agit de :

Bruit mécanique ; et
Bruit sémantique.

Et ils sont présents dans chaque type de situation de communication.

Bruit mécanique

Ce bruit est souvent appelé bruit physique ou de canal. Il est s'agit dans la plupart des cas, de ce que les débutants considèrent du - bruit, du moins lorsqu'il est lié aux médias électroniques de communication en masse ou à la communication interpersonnelle orale. Par exemple, un bruit mécanique qui perturberait la communication serait des parasites à la radio, - neige ou des déformations d'écran à la télévision, vrombissements dans des systèmes de sonorisation, tousser ou rire dans un public. Dans les médias d'impression, des exemples de bruit mécanique seraient une impression pauvre qui fini par être illisible, des lignes qui ont disparu, ou des pages à l'envers ou déchirées, des paragraphes ou des continuations à une histoire qui manquent, ou des pages sales ou humides.

Bruit sémantique.

En un sens, ceci n'est pas vraiment du bruit du tout. C'est une interférence au message provoqué par discordance ou rupture de la signification. Filtres de bruits sémantiques dans un message à travers la langue utilisée. Plus il y a de confusion, entre les participants à la situation de communication sur la signification des limites et des concepts, plus il y a de bruit sémantique dans le message. Le bruit sémantique provoque le malentendu. Les participants, en effet, interprètent le langage du message de différentes façons; ils ont donc une signification différente dans leurs têtes. Ils ont pu recevoir le message très clairement, mécaniquement ou phonétiquement - physiquement il est passé haut et fort, mais en raison des difficultés de signification (bruit sémantique) leur communication a subi une rupture.

D'autres barrières qui tendent à gêner ou perturber une communication efficace incluent :

Mauvais moment

Contextes divergents des participants

Différences en éducation, formelles et informelles

Différences d'intérêt sur le message

Différences de Q.I.

Différences au niveau du langage et de son utilisation

Manque de respect mutuel entre les participants

Différences dans des facteurs tels que l'âge, le sexe, la race et la culture

Stress mental ou physique pendant la communication

Conditions environnementales pendant la communication

Pas ou peu d'opportunités - de rétroaction || ou d'interaction

Peu ou pas de rencontres d'expériences - peu, le cas échéant, d'expériences communes

Manque de capacités de la part du communicateur (pauvre écrivain ou orateur)

Manque de capacités de la part du destinataire (pauvre lecteur ou auditeur)

Manque d'information dans le message (- message vide)

Manque d'engagement dans le message ou dans la politique de celui-ci

Préparation inadéquate ou connaissance insuffisante des différences politiques du groupe sujet (protocole, etc.)

Attitude écrasante du communicateur

Différences des niveaux de langage entre la source et le public

Handicaps physiques (de parole, d'audition, etc.)

Utilisation inadéquate de canal.

ANNEXE 1.9 : DIRECTIVES POUR L'ÉCOUTE

1. Vous devriez vous préparer physiquement en vous tenant debout ou en restant face à l'orateur. Vous assurer que vous entendez physiquement est essentiel pour une bonne écoute. Vous dites à l'émetteur que vous êtes prêt à écouter et pouvez entendre les messages verbaux et voir également les messages non-verbaux qu'envoie l'orateur . Cette attention tête-à-tête prouve également que vous êtes intéressé par ce qui est dit.
2. Vous devriez apprendre à observer les messages non verbaux et verbaux de l'orateur. Tout le monde envoie deux messages. Un message est envoyé verbalement et l'autre est non-verbal par l'inflexion de la voix ou toute l'expression faciale, l'action corporelle, ou les gestes.
3. Vous ne devriez prendre des décisions, en vous basant sur l'aspect ou l'élocution de l'orateur, concernant la validité de ce qu'il a à dire.
4. Vous devriez écouter des idées et des sentiments sous-jacents. À nouveau, le but d'une bonne communication est de pouvoir considérer et échanger des idées.
5. Vous devriez essayer de déterminer vos propres préjugés, le cas échéant, et reconnaissez-les. La communication est accusée de beaucoup de choses.
6. Vous devriez essayer d'être conscient de ce que l'orateur dit. Essayez de ne pas vous laisser distraire.
7. Vous ne devriez pas interrompre immédiatement si vous n'êtes pas d'accord avec une affirmation exprimée. En effet, si vous écoutez attentivement, peut être vous serez persuadé que le rapport est exact.
8. Vous devriez essayer de voir la situation du point de vue l'autre personne. Cela ne signifie pas que vous devez toujours être d'accord. Cependant, vous ne pouvez pas changer les perceptions avant de connaître comment ils ont construit ces perceptions.
9. Vous ne devriez pas essayer d'avoir le dernier mot. Écoutez ce qui est dit et puis considérez-le. Cette réflexion peut prendre un certain temps, mais vous avez besoin de temps pour réfléchir avant de communiquer.
10. Vous devriez faire un effort consciencieux d'évaluer la logique et la crédibilité de ce que vous entendez. Notre esprit fonctionne à environ 500 mots par minute, mais nous parlons normalement à 125 par minute. Autrement dit, nous pouvons penser quatre fois plus rapidement que nous parlons.

Il doit y avoir une uniformité entre la communication verbale et non-verbale de sorte que le récepteur interprète fidèlement le message.

L'explicite	L'implicite	Congruence	Incohérence
Verbal : Ce que je dis explicitement	Le non-verbal - Tonalité, Voix - Expression faciale - Gestes "Langage corporel"	Le verbal et le non-verbal correspondent Les quatre côtés du message vont dans la même direction.	Le verbal et le non-verbal ne correspondent pas Les quatre côtés vont dans des directions différentes

ANNEXE 1.10 : COMMUNICATION VERBALE ET NON-VERBALE

Les gens communiquent de nombreuses manières différentes. L'une des manières les plus importantes, bien sûr, est à travers le langage.

Comme tous les animaux, les gens communiquent à travers leurs actions, de même que par les bruits qu'ils font. Il est sans doute juste d'affirmer que nos bruits vocaux sont devenus actuellement plus importants et fréquents que toutes nos méthodes destinées à signaler.

Par exemple, les enfants apprennent beaucoup de choses au sujet de leur culture en copiant ou en imitant leurs aînés, bien avant qu'ils aient suffisamment développé leurs capacités linguistiques pour comprendre des descriptions verbales.

L'utilisation de vêtements est une piste de communication évidente. Le contact visuel, la distance que nous observons dans la communication face-à-face, nos sourires, poignées de main, étreintes, et notre façon de marcher sont tous des exemples éloquents de communication non-verbale.

Il y a aussi l'autre côté de la communication qui est vocale, mais pas vraiment verbal. Les exemples de celles-ci sont les bouffées d'air spontanées de surprise ou des cris de douleur. Il est généralement admis que la façon de dire quelque chose est tout aussi importante que ce qui est dit, et souvent plus important pour communiquer vos vraies intentions à votre auditeur.

Un discours rapide et fortement infléchi communique d'habitude de l'enthousiasme, le discours extrêmement distinct de la colère, le discours très fort de l'arrogance, et un monotone lent de l'ennui.

La communication verbale utilise seulement un des nombreux types de signaux que les gens emploient pour échanger des idées, des sentiments, et des informations. Le comportement non-verbal peut considérablement renforcer ou contredire l'échange prévu. Comprendre le processus de communication signifie que nous devons essayer de comprendre ce que dit une personne, comment il le dit, et pourquoi il le dit.

Dans ce large cadre de référence, nous devons reconnaître que les modes verbaux et non-verbaux ont leurs rôles naturels et complémentaires à jouer dans la communication.

ANNEXE 1.11 : COMMUNICATION EFFICACE DE GROUPE

Vous rencontrerez tous les types de public. Voici quelques conseils sur la façon de gérer certains genres de personnes que vous rencontrerez dans les groupes.

Si vous êtes défié ou reçu avec une question ou une remarque hostile, vous pouvez dévier la négativité en demandant aux autres membres du groupe leur opinion ou ce qu'ils en pensent. Non seulement cela encourage de bonnes idées et des discussions animées, mais désamorce aussi l'hostilité latente de la personne très rapidement.

Si une personne commence une histoire longue et interminable, avant d'en venir à la question ou au point, interrompez la personne poliment et demandez-lui délicatement si elle a une question spécifique.

De même, si une personne commence à raconter une histoire || pendant une session de questions et réponses ou si elle est évidemment hors contexte, ou si l'assistance devient ennuyée et inattentive, vous pouvez lui demander - y a t-il une question dans tout ça ? || ou - Est-ce que cela est pertinent à notre sujet ? ||

Soyez sensible à la façon dont les autres membres du public répondent à vos questions lorsque vous faites appel à cette technique. Vous, le présentateur, êtes responsable de surveiller la dynamique de la situation.

Un autre conseil à suivre - le langage de propriété. || Par exemple, dire - Chaque fois que je suis devant un public je deviens nerveux, || plutôt que - Chaque fois que vous êtes devant un public, et bien, vous savez, vous devenez toujours nerveux. || Ceci fait référence à des personnes en général plutôt que de parler d'une expérience personnelle.

Contrôle de votre public

Rappelez-vous :

Parlez avec autorité ; rassurez votre public que vous êtes bien informé- un expert du sujet

Assurez-vous que vos commentaires sont focalisés et logiques.

Utilisez autant d'exemples, anecdotes et faits spécifiques que possible et appropriés.

Soyez présent à l'avance

Soyez chaleureux ; - compréhensif || avec le public

Montrez de l'enthousiasme— si vous heureux d'être là, votre public le sera sans doute aussi !

Soyez amusant, mais n'y allez pas trop fort. Ne profitez pas de l'occasion pour tester vos dernières blagues.

Prouvez que vous êtes confortable, ce qui mettra votre public à l'aise aussi.

FAUX PAS

Arriver à la présentation manifestement non préparé et désorganisé

Sauter d'un sujet à l'autre. Se concentrer sur quelques idées principales, en veillant à y revenir à chaque fois que vous trouvez une bonne opportunité.

Généraliser. Utiliser des exemples, des anecdotes et des faits spécifiques, pertinents aux points de vue que vous soutenez.

Être en retard

Être froid ou distant.

Ne soyez pas endormant ou ennuyeux.

N'aliénez pas votre public en ne répondant pas à ces questions et commentaires.

ANNEXE 1.12 : COMMENT FAIRE DES PRÉSENTATIONS VISUELLES

Définir votre objectif

En premier lieu, vous devez organiser vos idées et planifier votre temps sagement.

Commencez à partir de la date de présentation puis au moment présent, essayez de prévoir chaque considération qui aidera à faire de votre présentation un succès. Prêtez une attention particulière à tout, même les plus petits détails, puisqu'ils peuvent aussi faire la différence dans le succès ou l'échec de votre présentation.

N'oubliez pas de considérer chacun de ces facteurs :

Connaissez votre public (Faites des recherches sur leurs besoins et structurez votre présentation en conséquence.

Préparez à l'avance (Offrez un espace, du matériel et des accessoires.

Choisissez des médias appropriés (Adaptés à la taille du public ; petit, moyen ou grand)

Choisissez le matériel approprié (Adaptez le matériel aux médias)

Faites des recherches sur votre présentation (Obtenez des informations de toutes les sources disponibles)

Dressez un plan (Présentez le problème ou le besoin ainsi qu'une méthode ou solution

Écrivez vos instructions (Utilisez la méthode de séquençage ; écrivez pour être lu aussi bien qu'entendu)

Concevez vos visuels (Apportez de l'aide, de la substance et de la crédibilité à votre présentation)

Faire connaissance avec votre public devrait être votre premier souci. Sont-ils des ingénieurs, des secrétaires, ou des membres de clubs civiques, et dans quelle manière sont-ils intéressés par votre sujet ? Concevoir une présentation pour ingénieurs alors que le public est un club civique, peut provoquer la perte de ce public avant même de commencer. De même, concevoir une présentation pour un club civique que vous exposez à des ingénieurs pourrait être tout aussi tragique. Mais quand vous connaissez votre public, vous pouvez créer une présentation efficace et sur mesure. Il est plus efficace d'utiliser des études de cas et des exemples proches du public ou de leur propre expérience, plutôt que des éléments qui ont peu de liens avec eux.

On ne soulignera jamais assez l'importance de se préparer à l'avance. Avoir une présentation pour trente-cinq personnes dans une salle de réunions pour vingt personnes peut aussi être embarrassant. Ne laissez pas de tels détails physiques ruiner votre présentation.

Choisissez les médias appropriés seulement après avoir déterminé la taille du public et les installations disponibles.

Choisissez le matériel adéquat pour soutenir votre choix de médias. Il peut être nécessaire d'amener du matériel supplémentaire tel que des ampoules, des rallonges et même un rétroprojecteur supplémentaire. L'utilisation répandue des ordinateurs et des projecteurs numériques portables a révolutionné le monde concernant la communication graphique. Une image vaut mieux que 1000 mots et les programmes de présentation tels que le Powerpoint offrent d'énormes avantages notamment : des diapositives peuvent être modifiées à la dernière minute, y compris pendant l'atelier ou la conférence, lorsque de nouvelles informations sont présentées. L'utilisation de ce genre de matériel permet d'écrire des documents ou construire des présentations en quelques minutes. Cependant, vous devez être prêt à utiliser du matériel média moins avancé qui n'a pas besoin d'électricité en cas de panne.

Faites des recherches pour votre présentation ; Vous avez besoin de détails, de faits, chiffres et études de cas. Il ne faut ménager aucun effort. Faites usage de toutes sources disponibles mais si vous avez un accès à Internet, vous y trouverez beaucoup d'information utile. De nos jours, la plupart des publications sont publiquement accessibles sur Internet, et vous pouvez même trouver des présentations de PowerPoint, des photos, et des graphiques qui peuvent être utilisés, à condition de citer les auteurs convenablement. Creuser et fouiller dans cette information prendra du temps, mais sans ce travail vous n'aurez pas grande chose à dire de pertinent. Et, après tout, vous pouvez présenter efficacement des informations que vous n'avez pas !

Dressez un plan en soulignant des parties choisies que vous voulez diffuser. Énoncez le problème ou besoin et offrez une méthode avec des avantages ou des comparaisons. Il est conseillé de faire un suivi avec des actions et solutions. Gardez toujours en tête la possibilité d'illustrer visuellement les points les plus importants à votre public.

ANNEXE 1.12 : BRISE-GLACE

Le but de l'ensemble de jeux suivant est d'encourager les participants à se connaître et parler ouvertement

a. Parlons

Marchez librement dans la salle en évitant le contact physique.

Si le facilitateur fait signe (par exemple. Il applaudit) trouvez un partenaire.

Découvrez deux ou trois faits sur votre partenaire (par exemple, son anniversaire, ses inclinations ou aversions, ses passe-temps). Écoutez attentivement.

Répondez aux questions de votre partenaire avec des phrases complètes.

Évitez les réponses par "oui" ou "non".

Faites un grand cercle pour réunir tous les partenaires et demandez à chaque personne de présenter son partenaire à l'aide de quelques uns des faits appris.

b. Face à face: les mains à la pâte

Marchez librement dans la salle.

Lorsque le facilitateur dit, face à face, trouvez un partenaire.

Le facilitateur mentionne des parties du corps, et les participants collent les parties de leurs corps. par exemple: `tête à tête de ; `orteil à orteil', `nez-à-nez', `doigt-à-doigt' ; `pelvis à pelvis.

Changez de partenaire lorsque le facilitateur répète l'instruction, face à face.

Répétez l'exercice deux à quatre fois.

c. Le jeu de l'atome

Cet exercice peut également être utilisé pour diviser le grand groupe en petits groupes de n'importe quelle taille exigée.

Marchez librement dans la salle en changeant de direction et en accélérant le pas.

Suivez les instructions du facilitateur:

Arrêtez et serrez-vous même dans vos bras. Marchez à nouveau.

Cherchez un partenaire et serrez-le dans vos bras. Marchez à nouveau.

Serrez-vous dans les bras à quatre. Marchez à nouveau.

Serrez-vous dans les bras à treize. Marchez à nouveau.

Serrez-vous dans les bras à six.

ANNEXE 1.13: JEU DE COMMUNICATION

Écoutez et parlez efficacement

JUSTE POUR S'AMUSER

OBJECTIF Injecter de l'humeur en discutant sur les problèmes de communication

PROCÉDURE : Réaliser que même si la communication est un sujet sérieux, nous trouvons souvent de l'humeur dans des endroits étranges. Par exemple, ces rapports ont vraiment été envoyés à des compagnies d'assurance :

- Une voiture invisible est arrivée de nulle part, a cogné mon véhicule, et a disparu||.
- Je me trouvais sur le chemin pour aller chez le docteur, avec un problème au derrière lorsque mon joint universel a cédé, et j'ai eu un accident à cause de ça||.
- Le piéton ne savait pas du tout quelle direction prendre, alors je l'ai écrasé ||.
- J'ai heurté un camion (sic) stationnaire qui venait dans l'autre sens. ||
- Je me suis éloigné du bord de la route, j'ai jeté un coup d'oeil sur ma belle-mère, et je me suis dirigé vers le remblai||.
- J'ai été acheter des plantes, et je rentrais à la maison. Alors que je m'approchais de l'intersection, une haie a surgi brusquement et m'a bloqué la vue ||.
- Je conduisais ma voiture pendant 40 ans quand je me suis endormi au volant et provoqué un accident. ||
- L'autre voiture s'est heurtée à la mienne sans avertir de ses d'intentions ||.
- Je croyais que ma vitre était baissée, mais j'ai découvert qu'elle était levée quand j'ai mis ma main à travers ||.
- Ma voiture été légalement garée lorsqu'elle a fait marche arrière et percuté l'autre véhicule.