

Formation « Parler de son projet artistique »

Bibliographie :

- **Techniques de communication interpersonnelle : Analyse transactionnelle Ecole de Palo Alto PNL**, Michel Josien, Eyrolles Editions d'organisation, Nov.2011.

« Ce livre réunit trois approches complémentaires qui permettent de comprendre les attitudes en matière de communication et d'utiliser les techniques précises qui conduisent à les améliorer dans le cadre de la vie professionnelle ou de la vie quotidienne. Limpide et précis, agrémenté parfois d'un grain de poésie, ce livre s'adresse aux managers, aux responsables d'équipe et aux personnes qui sont amenées à travailler en groupe. Il concerne aussi les étudiants qui suivent des enseignements de techniques d'expression et de communication et ceux qui souhaitent améliorer leurs prestations à l'oral et acquérir plus d'aisance. »

- **50 exercices pour prendre la parole en public**, Laurence Levasseur, Ed. Eyrolles, 2009.

Ce petit livre pratique propose différents exercices utiles pour la prise de parole. Il explique comment préparer le contenu de votre communication et la présentation (écrite, visuelle ou autre) de celle-ci. Ensuite, il s'attarde sur la voix : son placement et son volume en fonction de l'espace. La dimension corporelle de l'orateur est également source d'intérêt car le corps 'parle' : vos gestes soutiennent-ils votre message ou le parasitent-ils ? Et enfin quelques exercices pratiques pour maîtriser son trac.

Disponible au centre de documentation de SMart.

- **Communiquer son projet artistique**, [Jerome Ramacker](#), EDIPRO, février 2013.

« Musicien, comédien, plasticien, circassien... Et si on parlait de votre projet artistique ? Cet ouvrage s'adresse aux artistes en création, qui sortent d'une école supérieure artistique ou qui se lancent dans un nouveau projet. Il entend donner une série d'outils concrets pour dépasser le seuil de la page blanche, papier et numérique. Cet ouvrage parlera donc pour eux. Ou encore mieux : il leur donnera la parole, enfin, pour qu'ils puissent pleinement communiquer (sur) leur art. Parmi les sujets traités, on retrouvera notamment comment le secteur s'organise, comment convaincre et oser le marketing culturel, comment traduire sans trahir, se créer une identité visuelle ou construire son argumentaire, ou encore quels sont les outils à concevoir... Positionner sa singularité, se forger une identité et inventer ses propres moyens d'expression... Communiquer, c'est inviter à la rencontre. »

Disponible au centre de documentation de SMart.