



GT.0000025508

ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

BỘ MÔN VĂN HÓA KINH DOANH

Chủ biên: PGS.TS Dương Thị Liễu

Giáo trình

KỸ NĂNG

THUYẾT TRÌNH

(Tái bản lần thứ 2, có sửa đổi bổ sung)

NGUYỄN
C LIÊU



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
2013

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
BỘ MÔN VĂN HÓA KINH DOANH



Chủ biên: PGS.TS. DƯƠNG THỊ LIỄU

KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH

(Tái bản lần thứ 2, có sửa đổi bổ sung)

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

2013

TẬP THỂ TÁC GIẢ

❖ Chủ biên

PGS.TS Dương Thị Liễu

❖ Tham gia biên soạn

TS. Trương Thị Nam Thắng

ThS. Phạm Hương Thảo

ThS. Nguyễn Thu Nga

ThS. Đỗ Hoài Linh

ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Giang

ThS. Nguyễn Hoàng Hà

ThS. Nguyễn Thị Khánh

LỜI NÓI ĐẦU

Giao tiếp như mạch máu thông suốt và gắn kết mọi quan hệ phát sinh trong xã hội loài người. Giao tiếp gắn với mỗi người từ lúc sinh ra cho đến khi mất đi, gắn với xã hội loài người thông qua sự đa dạng phong phú của nhu cầu. Kỹ năng giao tiếp có ảnh hưởng tích cực đến các mối quan hệ trong công việc và trong cuộc sống nói chung. Kỹ năng giao tiếp tốt cùng với các điều kiện kỹ thuật khác là một trong những điều kiện tiên quyết mà các nhà tuyển dụng tìm kiếm ở các ứng viên cho các vị trí quản lý doanh nghiệp. Phát triển kỹ năng giao tiếp là cần thiết không chỉ đối với sinh viên khi còn đang ngồi trên ghế nhà trường, mà còn cần thiết khi sinh viên bước vào công việc và với tư cách một cá nhân của toàn xã hội, giúp cho họ tự tin hơn trong công việc, trong cuộc sống.

Thuyết trình là một hình thức giao tiếp, đây là hình thức giao tiếp ở mức độ khá phức tạp, đòi hỏi có sự chuẩn bị kỹ càng trước khi thực hiện nếu người thực hiện muốn có buổi thuyết trình thành công. Thuyết trình diễn ra khá thường xuyên trong môi trường công việc, nếu trình bày một vấn đề một cách thuyết phục, người thuyết trình sẽ chuyển tải thông điệp trọn vẹn và gây được tác động đến người nghe như ý muốn, thông qua đó có thể tăng cường uy tín cũng như khả năng ảnh hưởng đến người khác. Trong một số doanh nghiệp, năng lực của một cá nhân có thể được đánh giá qua các dịp thuyết trình trước đám đông.

Cuốn sách **Kỹ năng thuyết trình**, được biên soạn nhằm trang bị cho người đọc những kiến thức chung về thuyết trình và các kỹ năng cần thiết để thực hiện các buổi thuyết trình thành công phục vụ cho học tập, cho công việc, nâng cao khả năng giao tiếp và phát triển cá nhân.

Qua cuốn **Kỹ năng thuyết trình**, người đọc sẽ có một cái nhìn tổng quát về thuyết trình bao gồm đặc điểm, các hình thức, các phương pháp thuyết trình. Như tên gọi của cuốn sách “Kỹ năng”, phương diện thực hành được nhấn mạnh, người đọc sẽ được trang bị các chìa khoá để thuyết trình thành công.

Với mục tiêu trên, cuốn sách **Kỹ năng thuyết trình** được biên soạn thành 4 chương với nội dung như sau:

Chương 1: Trình bày tổng quan về thuyết trình như: Khái niệm, lịch sử, văn hoá trong thuyết trình, đồng thời nêu bật lợi ích và tính cần thiết của kỹ năng thuyết trình đối với những nhà quản lý kinh tế, quản trị doanh nghiệp, làm nền tảng kiến thức cho các chương tiếp theo.

Chương 2: Trình bày chi tiết 8 bước chuẩn bị cho một bài thuyết trình bao gồm: 1. Chọn Chủ đề và xác định mục đích bài thuyết trình; 2. Tìm hiểu thính giả; 3. Thu thập thông tin tư liệu cho bài thuyết trình; 4. Tổ chức bài thuyết trình; 5. Xây dựng nội dung bài thuyết trình; 6. Chuẩn bị các phương tiện hỗ trợ và công tác hậu cần; 7. Chuẩn bị về tâm lý và hình thức; 8. Luyện tập

Chương 3: Trình bày chi tiết 6 công việc chủ yếu khi tiến hành thuyết trình, bao gồm: 1. Lên kế hoạch cho bài thuyết trình; 2. Tạo mối quan hệ, ấn tượng tốt với thính giả; 3. Trình bày nội dung bài thuyết trình; 4. Đặt và trả lời câu

hỏi; 5. Đánh giá kết quả cuộc thuyết trình. Đồng thời chương này còn trình bày chi tiết các kỹ năng trong thuyết trình bao gồm: 1. Kiểm soát sự lo lắng; 2. Sử dụng ngôn ngữ; 3. Sử dụng ngôn ngữ không lời/ngôn ngữ cơ thể; 4. Trao đổi với thính giả; 5. Sử dụng hiệu quả phương tiện hỗ trợ nghe nhìn; 6. Sử dụng các kỹ năng thuyết phục.

Chương 4: Trình bày một số loại bài thuyết trình như: 1. Bài thuyết trình cung cấp thông tin; 2. Bài thuyết trình với mục đích thuyết phục; 3. Bài thuyết trình trong các dịp đặc biệt; 4. Thuyết trình nhóm. Đồng thời trong chương trình này còn phân tích một số dạng và những lưu ý khi thuyết trình trong kinh doanh.

Cuối mỗi chương đều có các câu hỏi ôn tập, tình huống để nghiên cứu, thảo luận và bài tập thực hành, giúp cho người đọc không chỉ củng cố mà còn áp dụng ngay các kiến thức đã đọc vào thực tế, nâng cao, cải thiện kỹ năng giao tiếp và thuyết trình của mình.

Kỹ năng thuyết trình đã được hoàn thành với kết quả lao động khoa học, nghiêm túc của tập thể giáo viên Bộ môn Văn hoá Kinh doanh. Trong quá trình biên soạn, các tác giả đã tham khảo một số tài liệu tiếng Anh và tiếng Việt, tuy nhiên không thể tránh khỏi các thiếu sót. Tập thể tác giả mong nhận được sự đóng góp ý kiến quý báu của đồng nghiệp, sinh viên và bạn đọc.

Tập thể các tác giả chân thành cảm ơn!

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ THUYẾT TRÌNH

1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ THUYẾT TRÌNH

1.1. Khái niệm về thuyết trình

- *Định nghĩa:* Thuyết trình là trình bày bằng lời trước nhiều người về một vấn đề nào đó nhằm cung cấp thông tin hoặc thuyết phục, gây ảnh hưởng đến người nghe.

- *Đặc điểm:* Trong thuyết trình, cũng giống bất cứ hình thức truyền thông nào khác, có năm yếu tố căn bản thường được biểu thị như sau, "ai đang nói điều gì với ai và đang sử dụng phương tiện nào để tạo ra kết quả?".

- *Các loại thuyết trình*

Phân theo mục tiêu của bài thuyết trình, có 2 hình thức chính

Cung cấp thông tin: Chia sẻ, cung cấp, truyền tải thông tin cho người nghe. Ví dụ như cung cấp cho các nhân viên mới trong công ty những hiểu biết về số tay nhân viên

Thuyết phục: Đưa ra các lý lẽ làm cho người nghe chấp nhận hoặc hành động theo ý kiến của người nói. Ví dụ như thuyết phục nhân viên chấp nhận và tuân thủ một thủ tục mới của công ty. Những lời lẽ cần khéo gợi được các cảm xúc như sự kiêu hãnh, lòng tự hào, sự sợ hãi, sự bình yên, tính hiệu quả... thông qua đó thuyết phục người nghe. Một nhà thuyết trình tài năng không chỉ cung cấp thông tin cho người nghe mà còn có thể làm thay đổi cảm xúc của họ.

Thời đại ngày nay có rất nhiều phụ nữ và nam giới đi khắp thế giới để truyền đạt ý tưởng hay gây ảnh hưởng qua thuyết trình. Ở Mỹ, danh sách này gồm có Franklin Roosevelt, Billy Graham, Cesar Chavez, Barbara Jordan, Ronan Reagan, Martin Luther King, Jesse Jackson và Elizabeth Dole. Ở các quốc gia khác, có thể thấy sức mạnh của thuyết trình được khai thác hiệu quả bởi các nhân vật tầm cỡ như Cựu thủ tướng Anh Margaret Thatcher, cựu tổng thống Nam Phi Nelson Mandela, nhà hoạt động nhân quyền Guatemalan Rigoberta Menchu và lãnh đạo dân chủ của Myanmar – Aung San Suu Kyi.

1.2. Lịch sử của thuyết trình

Trong lịch sử loài người, nghệ thuật thuyết trình đã trở thành một công cụ giao tiếp hết sức hiệu quả. Quyển sách cổ nhất viết về diễn thuyết hiệu quả được viết trên giấy cói ở Ai Cập cách đây khoảng 4500 năm. Tài hùng biện cũng được trân trọng ở các quốc gia cổ như Ấn Độ, Châu Phi hay Trung Quốc. Ở Hy Lạp và La Mã cổ đại, thuyết trình trước công chúng đóng vai trò trung tâm trong giáo dục hay cuộc sống đô thị. Cuốn sách “*Thuật hùng biện*” của Aristotle viết vào thế kỉ thứ 3 trước công nguyên vẫn được coi là cuốn sách “gối đầu giường” đối với nghệ thuật này. Trong cuốn “*Thuật hùng biện*”, Aristotle đã mô tả chi tiết về cách nói và thuyết phục có hiệu quả. Ông xác định sự chuẩn xác (ethos), truyền cảm (pathos) và hợp lý (logos) là ba thủ pháp mà nhà thuyết trình có thể sử dụng. Cụ thể hơn, “ethos” liên quan đến những yếu tố tạo nên sự tin tưởng của người nghe đối với người nói. Pathos lại tập trung các yếu tố cảm xúc người nói truyền tải tới người nghe. “Logos” quan tâm tính mạch lạc và logic trong bài nói. Các bài truyền đạo trong xã hội Ai Cập và Châu Phi Cận đại (năm 2500 trước công nguyên) đặc biệt nhấn mạnh đến thái độ và phẩm chất của người nói. Những nguyên lý được trình bày cặn kẽ trong quyển sách giáo