

☞ Communication et rédaction professionnelles

Argumenter pour convaincre

Contexte

Dans le langage courant, le mot « argument » est parfois synonyme de dispute. Toutefois, ce n'est généralement pas en montrant son poing que l'on marque des points.

L'argumentation, entendue comme un ensemble de raisons visant à convaincre de la justesse d'une thèse fait partie de notre lot quotidien. Construire ou analyser un argument nous sert autant dans notre communauté que dans notre milieu de travail et notre milieu familial. Cependant, l'argumentation n'est nécessairement pas une faculté humaine innée. Les techniques argumentatives s'apprennent et l'art de l'argumentation croît avec la pratique.

Savoir argumenter ce n'est pas seulement se donner des outils pour convaincre. C'est aussi pouvoir se prémunir contre une argumentation fallacieuse et savoir reconnaître la validité des arguments des autres.

Objectifs pédagogiques

Cette formation fournit les connaissances et outils utiles à la construction d'une argumentation convaincante orale ou écrite. Elle permet également d'identifier et d'évaluer d'autres arguments dans le cadre de la pratique professionnelle ou dans la vie personnelle. Au terme de la formation, vous serez en mesure de :

- distinguer une argumentation solide d'une argumentation fallacieuse ou affectée par des biais cognitifs;
- mettre en pratique les principales stratégies argumentatives;
- structurer votre discours et vos textes en adoptant — selon le contexte — la démarche la plus pertinente;
- savoir comment réagir face aux manipulations et aux objections non fondées.

Contenus

- Argumenter, convaincre, influencer, manipuler
- Pourquoi argumenter? (clarifier, défendre, décider)
- Argumentation orale et argumentation écrite
- Éléments essentiels de l'argumentation (affirmation, raison, évidence, conclusion)
- Outils de construction d'une argumentation (connecteurs argumentatifs, démarche argumentative)

- Typologie des erreurs (sophismes) à repérer et à éviter dans une argumentation
- Critères d'évaluation de l'argumentation (suffisance, acceptabilité)

Approche pédagogique

- Présentation des concepts, méthodes et outils
- Évaluation de publicités télévisuelles et écrites
- Exercices en petits groupes et présentations éclairés
- Analyse de cas

Clientèle cible

Personnel professionnel des organisations publiques et privées souhaitant améliorer leurs aptitudes en communication en renforçant leurs habiletés en argumentation. Toute personne portant un intérêt aux techniques de l'argumentation pour mieux défendre ses positions et comprendre les positions des différentes parties prenantes.

Durée et unités de formation continue (UFC-UQO)

Cette formation est d'une durée de 14 heures et donne droit à 1,4 UFC-UQO.

Formateurs

Alain Albert a été professeur au Département des sciences administratives de l'UQO de 1975 à 2008. Depuis, devenu professeur honoraire, il continue d'enseigner dans les programmes en gestion de premier et second cycles. Comme consultant trilingue (français, anglais et espagnol), il est intervenu dans une vingtaine de pays d'Afrique et d'Amérique latine pour le compte d'organismes internationaux, tels l'ACDI, le PNUD, la Banque Mondiale et l'OCDE. Ses domaines de spécialisation sont l'évaluation de projet et la théorie de la décision. Il est titulaire d'un DEA de l'Université de Paris-Panthéon et a fait sa scolarité de doctorat au Virginia Polytechnic Institute (États-Unis) dans le domaine des choix collectifs (Public Choice).

Jan Saint-Macary, MBA, Ph. D. est professeur de stratégie et de gestion ainsi que responsable du MBA et des programmes d'études supérieures en administration à l'UQO. Il est diplômé de l'Université Concordia et de l'Université McGill à Montréal, ainsi que de la Drew University aux États-Unis. Avant d'entamer sa carrière universitaire, il a œuvré dans le secteur bancaire international (First National State Bank of New Jersey, États-Unis) et a exercé différentes fonctions de direction à la Banque Royale du Canada. Au cours des trente dernières années, comme consultant et formateur, il est intervenu dans les domaines des services (banque et assurance) et de l'industrie (aviation et aciérie) au Canada, en Europe, en Afrique et dans les Caraïbes. Il est coauteur d'un livre sur la stratégie des institutions financières et a publié plusieurs articles sur la stratégie et la prise de décision. Ses intérêts de recherche portent sur la stratégie d'entreprise, la gestion de projet, la prise de décision et les institutions financières.