



Evropský zemědělský
fond pro rozvoj
venkova: Evropa
investuje do
venkovských oblastí

PREZENTACE

JAK VYUŽÍT DATABÁZI KULTURNÍCH PAMÁTEK PRO JEJICH PREZENTACI?

MÍSTO REALIZACE:

VŠETICE, HOTEL VŠETICE

TERMÍN AKCE:

28. – 29. BŘEZNA 2011 OD 9 – 17 HODIN

PREZentační DOVEDNOSTI

*Prezentace je šance! Máte k dispozici lidi,
které potřebujete, jejich čas i pozornost.*

PREZENTACE JAKO SPECIFICKÁ FORMA VERBÁLNÍHO PROJEVU

Základní znaky:

Pozitiva:

- předem připravená řeč
- možnost doplnění technickými pomůckami
- je možno oslovit více lidí najednou – úspora času
- má vysokou informativní hodnotu a logickou strukturu
- jsme reprezentanti firmy, odborníci – vážnost

Negativa:

- chybí bezprostřední kontakt se všemi účastníky
- zvláštní forma dialogu – více méně souvislý projev
- horší zpětná vazba
- často je mezi řečníkem a oslovenými bariéra
- řečník je středem pozornosti – častá tréma

Klíčem k úspěšné prezentaci je sebedůvěra a znalost problému.

PRVKY PREZENTACE

Celkový efekt prezentace závisí na souladu všech prvků, které se na ní podílejí.

LIDÉ

Řečník – jeho osobnost, zkušenosti, znalosti, pověst a přesvědčivost.

Posluchači – při analýze posluchačů zjišťujeme:

- jejich očekávání, potřeby a zájmy
- jejich znalosti, zkušenosti
- jejich vztah k prezentovanému tématu
- jejich složení – postavení, věk, pohlaví, vzdělání, odborné zaměření
- co jim může vaše vystoupení přinést
- jak budou nakloněni k novým myšlenkám
- jaké mohou být jejich otázky a námitky
- jaké argumenty budou pro ně účinné
- co bude rozhodující pro úspěšnost prezentace

Dobrý řečník myslí v první řadě na své posluchače.

SDĚLENÍ

Každé sdělení má svůj obsah a formu, své „co“ a „jak“.

Verbální část – to jsou naše slova, výrazy a termíny, které používáme, argumenty a otázky. Patří sem i všechny tiskoviny, které posluchačům předkládáme.

Neverbální část – tvoří ji všechny mimoslovní signály, počínaje naším vzhledem, sebejistotou, organizovaností, řečí těla a celkovým chováním a vystupováním.

V komunikaci s druhými lidmi si nepředáváme jen informace, fakta, čísla, ale také jim sdělujeme, co si myslíme o sobě, za koho se považujeme a za koho považujeme své posluchače. Předáváme nejen racionální informace, ale i zprávu o svých postojích, pocitech, očekáváníích-a právě tady hraje neverbální komunikace důležitou roli.

Pro efektivnost prezentace je důležitý soulad obou částí sdělení.

Proto mluvejte jen o tom, čemu rozumíte a o čem jste sami přesvědčeni.

OSTATNÍ OKOLNOSTI

Čas – čím méně času máme k prezentaci, tím více ho potřebujeme k přípravě.

Místo, podmínky, technika – **vždy** osobně prověřte a zkontrolujte.

Příprava prezentace

a) stanovení cíle = Proč to budu říkat (informovat, přesvědčit, motivovat?)

Co chci, aby posluchači věděli?

Co chci, aby posluchači udělali?

Jak chci, aby se posluchači cítili?

Otázka „**PROČ?**“ určuje i odpověď na otázku „**CO?**“.

b) identifikace posluchačů

Zjistíme si:

- co o věci ví

- jaké mohou mít zkušenosti

- co očekávají

- co by je mohlo přesvědčit

Je důležité mít co nejvíce informací o tom, komu prezentuji, o jeho potřebách i možnostech – zjistěte si, kdo bude přítomen, kdo rozhoduje. Vaše argumenty by měly být odpověďmi i na předpokládané otázky a námitky.

Ne vždy známe své posluchače osobně, měli bychom ale znát jejich základní charakteristiku (odborníci, laici, manažeři, specialisté, začátečníci, staří – mladí). Jim přizpůsobíte výběr informací, interpretaci a argumentaci, včetně terminologie = snaha o pochopení a dorozumění, o srozumitelné a zajímavé sdělení.

Motto: „Řečník má vyčerpat téma a ne posluchače.“ (W. Churchill)

c) analýza situace a okolností

Místo – zkontrolujte si a dobře připravte místo prezentace, aby bylo funkční, pro posluchače příjemné a bez rušivých vlivů.

Technika – používejte jen tu, kterou dobře ovládáte! Ověřte si její funkčnost. Nezapomeňte na “nouzová řešení”.

Čas – odzkoušejte si délku prezentace, uvědomte si přirozené omezení pozornosti posluchačů, respektujte i denní dobu, únavu posluchačů.

d) zpracování přípravy

Stanovení obsahu prezentace

1) určení klíčových bodů

- optimálně 3, zpracováváme je slovně i vizuálně
- řeknu **pouze to**, co moji posluchači potřebují znát
(pozor na „syndrom experta“ = všichni vědí a rozumí tomu co já, musím jim toho říct co nejvíce a nejpodrobněji, všechno, co říkám je důležité, odborný žargon)
- hodnocení významnosti jednotlivých bodů a vyřazení nedůležitých

Pro argumentaci si připravíme:

- racionální důkazy – data, citace, odkazy, statistiky
- emocionální důkazy – příklady, zkušenosti druhých

Pravidlo: tvrzení – fakta – shrnutí

2) vnitřní struktura prezentace

► funkce úvodu:

- zaujmout posluchače
- seznámit s osobou řečníka
- seznámit s obsahem a hlavními body prezentace

Zahájení má zásadní význam pro **navázání kontaktu a získání zájmu** posluchačů (prolomení ledu).

Techniky: odkaz na prospěšnost

odkaz na důvěrně známé

humor – pokud ladí s osobností mluvčího

neobvyklé – příhoda, příklad

Pravidlo: pozdravit, oslovit posluchače, představit se, seznámit s obsahem.

► **stat' = jádro prezentace**

Při její přípravě se řídíme posluchači a svým cílem.

- a) shromáždění materiálu: pro svá tvrzení potřebujeme mít důkazy a argumenty, vč. přípravy reakce na námitky
- b) kompozice – uspořádání myšlenek tak, aby na sebe navazovaly
- c) výběr materiálu i slov

Požadavek: stručnost, srozumitelnost, uspořádanost.

► **závěr**

- shrnout to nejdůležitější pro náš cíl
- poděkování a rozloučení

Jiný popis struktury prezentace:

1. zahájení – navázání kontaktu
2. řekněte, co chcete říci – zájem
3. řekněte to – přesvědčit
4. řekněte, co jste řekli – shrnutí, motivace

Úvod i závěr je dobré naučit se nazpaměť!

VIZUÁLNÍ PODPORA

→ SCHÉMATA, GRAFY, TABULKY, FOTOGRAFIE

Umožňují posílit vliv argumentace, neboť:

- Přitahují pozornost posluchače
- Usnadňují lepší porozumění v průběhu dlouhého výkladu
- Umožňují, aby sdělení bylo přijato očima i ušima zároveň

→ VZORKY

- Nechte posluchače, aby s nimi manipuloval.

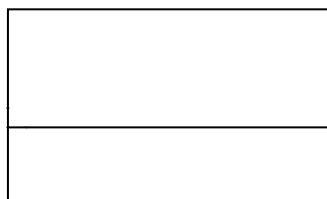
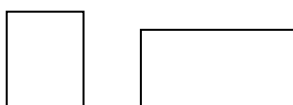
dokumentace, katalogy

- Katalog nebo dokumentace musí oživit argumentaci.
- Podtrhnout to, co posluchače zajímá.
- Přizpůsobit četbu katalogu osobním očekáváním posluchače.
- Pozor: při použití prospektu hrozí nebezpečí, že posluchač přeruší Vaši argumentaci a požádá Vás, abyste mu ponechali dokumentaci.

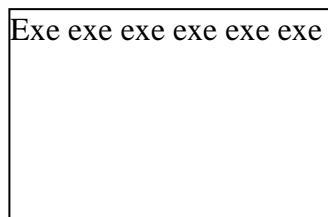
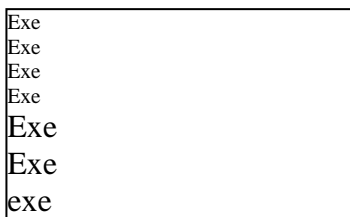
DESET ZLATÝCH PRAVIDEL PRO PŘÍPRAVU SNÍMKŮ PRO PREZENTACI

Abychom dosáhli maximálního efektu, je vhodné řídit se při přípravě snímků několika velice jednoduchými pravidly. Využitím těchto pravidel vaše prezentace dosáhne pozoruhodného zlepšení. Nemusíte být grafickým umělcem, abyste docílili vysoce efektivních vizuálních pomůcek.

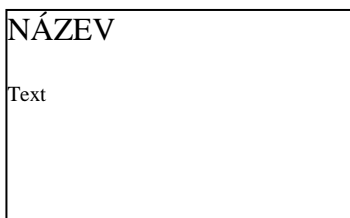
1. Užívejte raději obdélníkový než portrétový formát
2. Upřednostňujte horní 2/3 fólie



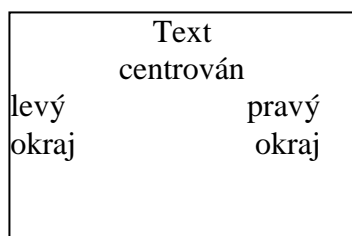
3. Užívejte maximálně sedm řádků na snímek
4. Neužívejte více než šest slov na řádek



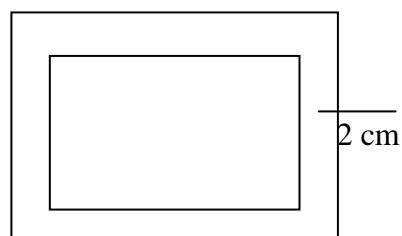
5. Užívejte větší písmo pro názvy a podtitulky
6. Neužívejte menší písmo než 8 mm na výšku



7. Nadpisy a text by měly být centrovány nebo zarovnány



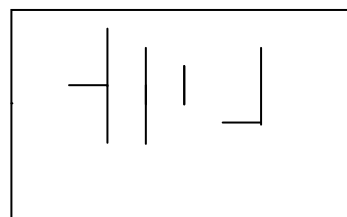
8. Udržujte okraje nejméně 2 cm vlevo i vpravo



9. Užívejte barvu když je to vhodné (tmavší barvy mají větší důraz)



10. Užívejte grafy (nákrasy) k dosažení lepšího účinku



JAK POSLUCHAČ VNÍMÁ, CO SI PAMATUJE

Charakteristiky vnímání

- výběrovost (individuální filtr)
- podléháme 1. dojmu
- máme tendenci hodnotit
- omezená koncentrace pozornosti (max. 30 min.)

Čím udržet a znovu získat pozornost

- základním principem je změna
- upoutat vizuálními pomůckami
- vést s lidmi dialog
- prokládat prezentaci otázkami
- oživení příkladem, příběhem, humorem

Zásady užití pomůcek:

- mluvíme k lidem, ne k pomůckám
- když píšeme, nemluvíme
- neotáčíme se k posluchačům zády
- ujistíme se o čitelnosti
- dáme posluchačům čas na přečtení – nebo čteme s nimi

Techniku umíme používat a funguje – ověřit před akcí!!!

Co si posluchač zapamatuje

- vnímáme především očima (až 80%)
- pamatujeme si více to, na čem jsme se aktivně podíleli
- pamatujeme si to, co nás zajímá

JAK PŘEKONAT TRÉMU

Někteří lidé vypadají, jakoby měli přirozený talent pro vystupování na veřejnosti. Avšak pro jiné je představa prezentace zdrojem silných pocitů úzkosti a obav.

Prezentace je ale dovednost, které se každý z nás může naučit.

Sebejistota

Jednou z překážek efektivní prezentace je nedostatek sebedůvěry. To vede k nervozitě a úzkosti a odtud ke strnulému a neobratnému vystoupení. Proto je nutné tento kruh zlomit a zvýšit jeho sebedůvěru.

Nedostatek sebedůvěry je způsoben:

- strachem, že zapomenete, co jste chtěli říci
- strachem, že se ztrapníte
- strachem z reakce publika
- nedostatkem zkušeností

Sebedůvěru může zvyšovat:

- pečlivá příprava, která vám dodá pocit jistoty, že nic nezapomenete
- nácvik, takže budete vědět, že vše půjde dobře
- odhad publika a předvídání jeho reakcí

Prevence je účinnější než léčba.

PŘED PREZENTACÍ

Základem je dobrá příprava:

- obsahu
- techniky a zázemí
- sebe sama – zevnějšku i sebeprogramování (vyladění se)
- nácvik relaxačních technik, fyzický pohyb – odreagování se

při prezentaci

Uvědomte si, že určitá míra stresu patří k dobrému výkonu a trpí jí každý, komu není výsledek lhostejný.

● Začátek dobrý, všechno dobré.

- při vstupu navažte oční kontakt, usmějte se a chvíličku mlčte – pak pozdravte
- možný „ice breaking“ – krátký, pozitivní, možná vtipný
- naučte se začátek zpaměti, mějte ho pro jistotu napsaný

● Uvolnění

- **pomocí očí** – oční kontakt přináší uvolnění, zvyšuje důvěryhodnost a zaujetí, posluchači mají pocit, že hovoříte přímo k nim. Zároveň poskytuje mluvčímu zpětnou vazbu, zda ho účastníci poslouchají a rozumí mu. Technika: než začnete mluvit, najděte si "přátelskou tvář" a mluvte jenom k ní. Po prvním bodu najděte další přátelskou tvář a postupně se snažte navázat oční kontakt se všemi posluchači.
- **pomocí rukou** – použijte své ruce k demonstraci a zdůraznění toho, co chcete říct. Dodá to vašemu projevu živost a pohybem rukou se uvolníte. Pozor na přehnanou gestikulaci – rozptyluje, znervózňuje, může působit až komicky!
- **vždy pomáhá dýchání a pohyb**
- **ideální uvolnění je humor**

Obecně platná pravidla reakce na otázky

1. pozitivní přístup
2. pozorně vyslechnout (neverbální signály)
3. ověřit si pochopení (parafrázovat)
4. odpovědět, posunout, prodiskutovat
5. ověřit si uspokojivost odpovědi

Na našem postoji záleží, jak budeme hodnotit otázky posluchačů - zda jako problém, stres nebo jako signál zájmu, rozhybání diskuse.

NIKDY:

- neútočíme
- neurážíme (nedevalvujeme, neironizujeme)
- neodmítáme

Správná technika odpovědi:

- a) pochválíme za dotaz, oceníme otázku
- b) odpovíme
- c) doložíme argumenty
- d) shrneme
- e) ujistíme se, že to stačí

Jak rozhybat diskusi? Otevřenými otázkami, někdy i řečnickými.

Možnost užití techniky vrácení otázky.

PŘIPRAVIT SI ARGUMENTY ZNAMENÁ:

- 1. Stanovit si přesný a reálný cíl.**
- 2. Vhodně vyložit problém.**
- 3. Analyzovat situaci.**
- 4. Brát v úvahu svůj protějšek.**
- 5. Sepsat a roztrždit argumenty.**
- 6. Zhodnotit sílu a slabiny argumentů.**
- 7. Předvídat připomínky a připravit si jejich vyvrácení.**
- 8. Vytyčit plán.**