

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТОВ

*По материалам издания
«Учебно-практический курс «Управление проектами»»,
Москва, 2008.*

1. Что такое презентация?

Разработав проект, задокументировав его основные процессы, мы переходим к не менее важному этапу – его презентации.

Презентация в проектном цикле занимает важное место, ее предназначение состоит в донесении целей проекта, его составляющих и показателей до заинтересованных лиц.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ (от лат. praesentatio) – представление, вручение.

Часто кажется, что для проведения успешной презентации необходимо «объять необъятное» но, как самые сложные музыкальные композиции состоят из семи нот, так даже самые эффектные и эффективные презентации это – сбалансированное и обоснованное использование всего трех инструментов:

- *содержания проекта*, изложенного с учетом потребностей и выгод потенциального заказчика, инвестора или потребителя;
- *эмоционального воздействия* – того впечатления которое останется надолго и в не меньшей степени чем содержание будет формировать отношение к проблеме;
- *информационных, сопроводительных и наглядных материалов* – материалов, которые остаются у слушателей после окончания презентации или иллюстрируют происходящее действие, речь и т.д.

Презентация проекта – лишь один из видов ораторского искусства и публичных выступлений, но вид особенный, наиболее требовательный к подготовке, содержанию и форме подачи информации. Специфика презентаций обуславливается, прежде всего, тем, что целью представления проекта становится не столько информирование, сколько формирование позитивного отношения слушателей.

Цели презентации:

- Привлечение внимания и пробуждение интереса к представляемому проекту;
- Формирование необходимого отношения к проекту в целом, предоставление самых важных ответов;
- Демонстрация серьезного отношения к делу, профессионализма и сплоченности и квалификации членов команды;

- Возбуждение активного интереса, провокация нужных вопросов;
- Подведение к пониманию необходимости дальнейших конкретных шагов в отношении проекта.

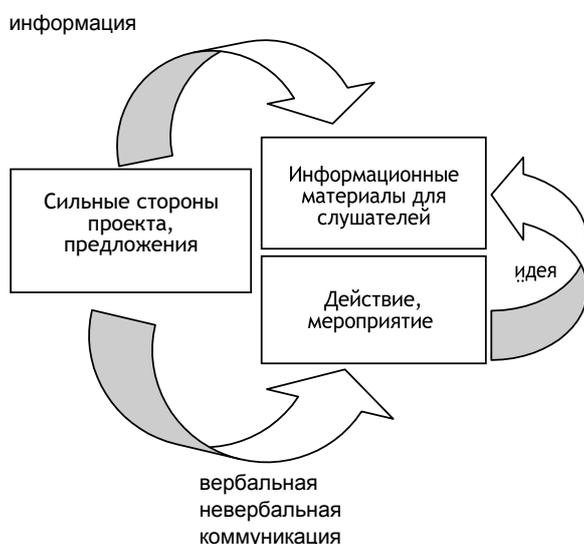


Рис. 1. Взаимодействие инструментов проведения презентации

Условия проведения презентации, интересы и особенности аудитории, перед которой проводится презентация, определяют степень использования каждого из инструментов. Вы можете создать презентацию, которая не требует какого-либо сопровождения, как правило, это мультимедийные презентации или видеопрезентации. На переговорах вы можете обойтись без мультимедиа средств, но вот без хорошо продуманной речи вам не обойтись.

2. Разработка содержательной структуры презентации, ее индивидуальность

*Во всяком сочинении есть известная царствующая мысль,
к сей-то мысли должно все относиться.*

*Каждое понятие, каждое слово, каждая буква
должны идти к сему концу, иначе
они будут введены без причины, они будут излишни,
а все излишнее несносно...*

М.М. Сперанский

Создать и описать универсальную схему разработки содержания презентации, конечно, невозможно – в каждом конкретном случае каждый разработчик делает это по-своему. Однако некоторые общие моменты могут быть выявлены в этом исключительно творческом процессе.

Содержание презентации определяется на пересечении четырех составляющих:

- Задачи, стоящие перед презентацией.
- Идея подачи материалов и формы презентации, стержень презентации проекта.
- Информация, имеющаяся в распоряжении разработчика (статистика, факты, аналитические данные).
- Ограничения, накладываемые на презентацию.

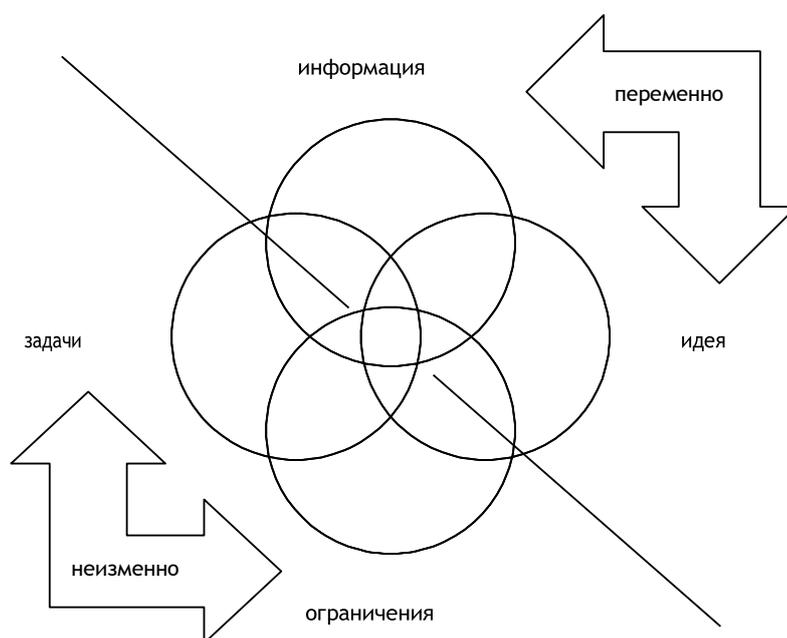


Рис. 2. Схема формирования содержания презентации

Ограничениями может стать, например, объем информации, который может быть эффективно воспринят пользователями, быстродействие компьютера, на котором будет демонстрироваться презентация, возможности демонстрационного оборудования и т.п. Ограничения могут быть не только «запрещающие», но и «требующие» – определяющие условия, которые необходимо выполнить при разработке содержания. Источником таких «требующих» ограничений очень часто является позиция заказчика.

При подготовке презентации нужно постоянно помнить, что существуют две точки зрения на проект – точка зрения заказчика и точка зрения исполнителя. Презентация должна полноценно отражать обе эти

позиции. Слабая сторона точки зрения исполнителя состоит в произвольной подмене решаемой системной проблемы собственными проблемами (например – «не хватает денег для...»). Поэтому при анализе проблемной ситуации необходимо стать, прежде всего, на позицию заказчика, формулировки целей, ожидаемых результатов должны отвечать ожиданиям заказчика.

С другой стороны, надо помнить, что и заказчику интересна точка зрения исполнителя, его мнение, его способность детально погрузиться в постановку и решение проблем проекта.

Законченная структура презентации включает:

- вступительную часть,
- непосредственно содержание презентации,
- заключение.

Особенности презентации проектов состоят в обязательном представлении его ключевых содержательных составляющих, которые отражают сбалансированность и внутреннюю связанность проекта:

- **краткую общую информацию** о проекте (название, подразделение – исполнитель, краткое изложение идеи проекта – планируемое изменение, общая стоимость, ожидаемый результат);
- **обоснование необходимости** проекта, в том числе детальный анализ проблемной ситуации;
- **формулировку целей и задач** проекта;
- **иерархическую структуру работ** либо краткое изложение результатов анализа по составу работ проекта;
- **обоснование потребности в персонале** и оценку требуемой квалификации работников;
- **календарный план** (диаграмма Ганта) и механизм реализации проекта, включая при необходимости описание уникальных методик или технологий;
 - **общую стоимость проекта**, при необходимости – бюджет или смету расходов;
- **ожидаемые результаты**, в том числе:
 - системное инновационное воздействие на организацию
 - эффект проекта в долгосрочной перспективе (экономический или социальный).

3. Подготовка презентации

Презентация – общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного. Успех публичного выступления зависит от многих факторов – степени вашей готовности к общению с аудиторией, соблюдения ораторского такта, владения темой, грамотности ответов на вопросы и т.д.

Эффективность презентации определяется задолго до вашего выступления и начинается с последовательной подготовки материалов к выступлению:

1. Проводится анализ состава, цели, характера и состояния аудитории.
2. Структурируется информация: подготовка вступительной, основной части и заключения для длинной формальной презентации.
3. Выбираются и разрабатываются варианты использования демонстрационно–наглядных материалов.
4. Составляется план, пишется текст, разрабатываются наглядные материалы.
5. Определяется перечень возможных вопросов и готовятся ответы к ним.

Анализ аудитории

Предварительное знакомство с участниками предстоящей презентации может определить порядок подачи материалов, формы подачи материала и работы с аудиторией, использование наглядных средств представления информации (проектор, флип-чарт, доска, информационные материалы для каждого участника и т.д.).

Таблица 1.

Вопросы по характеристике аудитории

Позиция анализа	Вопросы по обозначенной позиции
Общие характеристики аудитории	Спрогнозируйте, сколько человек придет на презентацию. Выясните, есть ли у них какие–либо политические, религиозные, профессиональные комплексы или предубеждения. Проанализируйте соотношение мужчин и женщин, возраст присутствующих, отношение присутствующих к определенным социальным и этническим группам, профессиональные аспекты деятельности присутствующих. Проанализируйте наихудшее, что может произойти на презентации.

<p>Анализ отношения аудитории к теме данной конкретной презентации</p>	<p>Проведите анализ возможной реакции публики презентацию, зачем конкретные люди пришли.</p> <p>Определите отношение слушателей к теме презентации. Отрефлексируйте, как аудитория реагировала на презентации такого рода в прошлом.</p> <p>Определите, какие стороны предмета и в каком свете лучше показать данной аудитории.</p> <p>Определите, будут ли затруднения в понимании частей вашей презентации. Отслеживайте настроение публики и ее ожидания в ходе презентации.</p> <p>Определите, какой способ преподнесения информации будет наиболее эффективным, выгодным и произведет наибольшее впечатление на присутствующих: предоставление технической информации, статистического анализа, исторической информации, демонстрация, подобный пример и т. д.</p> <p>Смоделируйте возможно наихудшую реакцию аудитории, предугадайте возможные уточнения и вопросы, постарайтесь предугадать реакцию публики.</p>
<p>Анализ подготовленности аудитории</p>	<p>Определите, знает ли аудитория об объекте, знакома ли тема презентации.</p> <p>Определите насколько возможно использовать специфические термины и тематический словарь. Спрогнозируйте, все ли способны понять то, о чем вы говорите, какую поддерживающую информацию необходимо предоставить аудитории для лучшего понимания предмета.</p> <p>Подумайте о конкретных цифрах и спецификациях, которые могут попросить предоставить. Проанализируйте, включает ли в себя объект презентации рутинное, длительное представление информации.</p>
<p>Отношения презентующего с аудиторией</p>	<p>Определите ваши роль и статус.</p> <p>Определите, насколько аудитория дружелюбна, открыта, гостеприимна вашей точке зрения, вашему конкретному стилю презентации. Определите, как аудитория настроена по отношению к вам. Определите, есть ли у аудитории склонности, которые могут работать против вас.</p> <p>Проанализируйте возможное отношение публики к построению вашей презентации и ее отдельным частям.</p> <p>Определите, какие аспекты поддерживающей информации будут выглядеть для данной аудитории наиболее убедительно.</p>

Важный параметр – размер аудитории: чем меньше поставленные цели предполагают участие аудитории в презентации, тем больше может быть размер аудитории и тем меньшее значение может придаваться качественным характеристикам людей пришедших на презентацию (например – знание общей ситуации).

Правила подачи информации

Первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой и будет строиться ваша презентация. Главная идея должна быть связана с вашим объектом и должна служить стержнем, на который каждый присутствующий должен нанизывать получаемую от вас информацию. Ваша цель – разработать такую главную идею, чтобы сделать презентацию интересной осязаемой для аудитории и сделать объект презентации для присутствующих таким же понятным и интересным, каким он является для вас.

С хорошо разработанной главной идеей вашего выступления, можете приступить к планированию времени и структуры вашего выступления. Структура, которую вы утвердите для выступления, должна быть соответствовать цели и предмету презентации, аудитории и отведенному для выступления времени.

Структурирование информации

В ходе презентации всегда сохраняется опасность, что вас могут прервать или перестать внимательно слушать, поэтому используйте прием «Перевернутая пирамида». Для каждого человека естественно начинать излагать материал с причин и предыстории события, то есть, расширяя содержание от менее значимых событий к более значимым – по принципу пирамиды. Прием «перевернутая пирамида» наоборот предписывает начинать с наиболее важной информации, постепенно переходя к объяснению причин, и подкреплению информации примерами и фактами, если аудитория продолжает внимательно слушать.



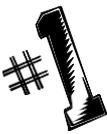
Рис. 3. Прием – «Перевернутая пирамида»

Таким образом, события подаются по степени значимости для решения конкретной задачи.

Еще одна система структурирования информации при публичных выступлениях позволяет подвести внимание слушателей к самой важной части и добиться эмоционального отклика.

Таблица 2.

Приемы эмоционального отклика

«Хук»	Запоминающееся эмоциональное начало, немедленно <i>привлекающее</i> внимание аудитории.	
Рамка	Тема, ситуация, проблема, действующие лица, которые вовлечены в проблемную ситуацию.	
Ссылка на авторитет	Один или несколько <i>ярких примеров</i> со, подтверждающих важность проблемы (мнение общественности, уважаемых людей, научного сообщества, публикации в прессе, статистические данные, конкретные события).	
Позиция	Обоснование необходимости действия определенным образом.	
Выбор	Набор возможных вариантов действий в вашу поддержку, из которого каждый в аудитории мог бы выбрать близкое для себя как ответную реакцию на проблему.	
Призыв	Запрос, призыв к специфическому, особенному, конкретному действию, которое аудитория может либо выполнить немедленно, либо обязаться выполнить вскоре.	

Использование демонстрационно–наглядных материалов

Текстовые материалы – помогают слушателю следить за ходом развертывания аргументов. Используют зрительную память аудитории, помогая при этом в запоминании.

Графические иллюстрируют главные пункты выступления, создают образы, которые влияют морально и создают более глубокое и основательное впечатление от презентации, помогают в запоминании.

Визуальное воздействие документов ограничено, но когда вы делаете презентацию, выбор средств для визуализации ваших идей довольно широк. В начале презентации полезно предоставить публике план вашего выступления, чтобы она следила за ходом разворачивания содержания.

Тексты на экране особенно хороши для небольшой аудитории активно участвующей в процессе, но они могут принести и негативный эффект, т. к. вовлекают слушателей в чтение материалов, отвлекая их от вашей речи.

Когда вы адресуете выступление небольшой группе людей и хотите нарисовать схему, иллюстрирующую главную мысль, то доска (для мела или маркера) является наилучшим средством. **Диаграммы наиболее эффективны**, когда они яркие и просты для понимания.

Проекторы, компьютерные презентации и другие технические средства требуют профессиональной подготовки материалов и отработанного навыка пользования ими.

Планирование времени выступления

Как только распланировано содержание, можно более точно спланировать необходимое для презентации время. Средний оратор говорит со скоростью 100–125 слов в минуту.

Впечатление о выступающем складывается в первые 40 секунд, постарайтесь сразу быть собранным, естественным и максимально направленным на содержание презентации – это должно обеспечить значительную часть успеха.

Внимание среднего человека задерживается на чем–то одном не более чем на 6 минут, поэтому лучше построить выступление в виде коротких компактных сюжетов длительностью – 3–5 минут, четко обозначая переходы от одного к другому.

Планируя время – зарезервируйте значительную его часть для ответов на вопросы. Некоторые части выступления лучше дать конспективно, если вы уверены, что на данную тему вопрос будет задан обязательно.

Ответы на вопросы

Это особая часть презентации, где можно как значительно улучшить впечатление о презентации, так и совершить серьезные ошибки.

Приведенные правила чрезвычайно полезны при ответе на вопросы:

1. Прежде, чем отвечать на вопрос, отдайте дань уважения спросившему, **поблагодарите за вопрос**. Например: *«Спасибо за вопрос, он позволяет мне более детально раскрыть данную тему»*.

2. В случае, если вопрос был задан нечетко или многословно – уточните его, посредством перефразирования:

- максимально близко по смыслу,
- используя ключевые слова автора вопроса.

Например: *«Спасибо за вопрос (следование правилу 1), правильно ли я понял, что Вас интересуют особые условия эффективности реализации проекта и порядок действий? (Следование правилу 2).*

3. Не воспринимайте вопросы как знак агрессии против вас, поэтому **не защищайтесь и не оправдывайтесь**.

4. **Не затягивайте ответы на вопросы**. Отвечайте коротко, не вдаваясь в детали. Не превращайте ответ на вопрос в еще одну коммерческую презентацию. Когда вы затягиваете ответ на агрессивный вопрос, это выглядит так, будто вы оправдываетесь. Отвечайте по известной формуле «КиЯ»: Коротко и Ясно.

5. Ответив на вопрос, заданный в середине презентации, **вернитесь к исходной точке презентации**, не дайте увлечь себя в сторону.

6. Отвечая на вопросы, **ведите себя как свободный человек**, у которого всегда есть выбор вариантов:

- Вежливый отказ.
- Отсрочка ответа.
- Переформулирование вопроса.
- Прямой ответ.

Вы не обязаны отвечать всегда.

Полезные советы выступающим:

Подготовка выступления:

- запишите все идеи пришедшие вам в голову на выбранную тему;
- сгруппируйте их по темам и напишите тезисы;
- подготовьте полный текст выступления;
- отпечатайте текст с разбивкой на смысловые части (можно с новой страницы);
- составьте план выступления (тезис каждой смысловой части и начальная фраза).

В ходе выступления:

- дайте понять, что вы рады всем присутствующим;
- помните: читают, слушают, смотрят только то, что интересно присутствующим;
 - выступайте стоя – вы лучше запоминаетесь – вы стоите и вы хозяин положения;
 - старайтесь встречаться взглядом с каждым отдельным слушателем привлекайте их взглядом на свою сторону, увидев, что он с вами согласен – улыбнитесь и переходите к следующему;
 - не теряйте зрительного контакта с аудиторией больше, чем на 10 секунд;
 - не раздавайте материалов для чтения пока не закончите говорить – публика начнет их просматривать, даже если вы попросите их этого не делать, и будет контакт разорван;
 - внимание среднего человека задерживается на чем-то одном не более чем на 6 минут, поэтому лучше построить выступление в виде коротких компактных сюжетов. Рисуйте картинку словами!
 - составьте список тезисов, которые должны в первую очередь запомниться слушателям, в каждом эпизоде – тезисе – сюжете необходимо выставить «флаг»: я хотел бы подчеркнуть! и т.д.;
 - если выступление групповое – меняйте оратора каждые 6 минут;
 - частая смена ораторов – хорошо, выступая в паре – не вставайте на одно и то же место, не мешайте друг другу, если один говорит, второй отступает в сторону и назад;
 - никогда не пытайтесь противостоять аудитории, не спорьте, не критикуйте, не задевайте тех, кто в зале;
 - отношение аудитории к вам складывается в течение первой минуты вашего выступления;
 - выступая перед большой аудиторией, помните, она вам соперничает, она всегда на вашей стороне! Однако, стоит вам задеть (критиковать, сделать замечание, оборвать и пр.) кого-либо из сидящих в зале, симпатии большой аудитории тут же перейдут от вас к этому человеку;
 - большая аудитория – как ледокол, обладает большой инерцией, ее трудно сдвинуть, но и трудно остановить.

4. Особенности мультимедийной презентации

Информационная структура презентации определяется, естественно, ее видом и задачами, стоящими перед презентацией. Информационную структуру презентации можно уподобить скелету, к которому будут прикрепляться мышцы содержания (даже если значительная часть этих мышц уже разработана).

Элементами информационной структуры презентации являются отдельные слайды или группы слайдов, идущие последовательно, содержащие обособленную по какому-либо признаку информацию.

Вариант классификации таких элементов (информационных блоков) приведен ниже. Их одновременное наличие в любой презентации необязательно. Порядок, в котором они приведены, никак не связан с порядком их демонстрации в презентации.

Введение

Очерчивает круг вопросов, о которых пойдет речь в презентации. Необходимость введения и его содержание полностью зависит от того, знакома аудитория с вопросом, или нет.

Позитивный эмоциональный блок

Эмоциональные блоки рассчитаны на создание у аудитории определенного настроения. Причем непосредственно к теме презентации это настроение может и не относиться. Эмоциональные блоки нужно очень осторожно и учитывая особенности аудитории.

Негативный эмоциональный блок

Негативные эмоциональные блоки могут использоваться по той же, описанной выше, схеме, только предмет презентации будет не привязываться в хвост позитивной эмоции, а исправлять негативную. Весьма эффективно и эффективно парное использование негативного и позитивного эмоциональных блоков (именно в такой последовательности, если, конечно, вы заинтересованы в позитивном результате).

Сравнительный блок

Содержание сравнительного блока очевидно – сравнивается Россия с Америкой, например, или 3-й микрорайон с 5-м. Следует лишь отметить, что сравнений должно быть немного – они достаточно сложны для восприятия – так как информации в них, фактически, в два раза больше против обычного (и это если сравниваются только две стороны).

Блок-повествование

В повествовательном блоке, чаще всего, содержится информация о каком-либо процессе. Например, об этапах работы над проектом. Повествовательные блоки, как правило, скучны и тяжело воспринимаются аудиторией – их нужно или избегать вообще, или максимально сокращать.

Информационно-справочный блок

Информационно-справочные блоки используются для «поясняющих отступлений». Иногда, по ходу презентации, возникает необходимость, например, в статистической информации или строгих определениях.

Блок–вывод

Действительно функциональным блок–вывод будет только тогда, когда в ходе всей презентации (или, по меньшей мере, на нескольких предшествующих блоках) аудиторию навязчиво или ненавязчиво к нему готовят.

Блок-призыв

Отличается от рассудительного и бесстрастного блока–вывода только эмоциональной окраской и, как и предыдущий блок, максимально эффективен при правильной расстановке эмоциональных акцентов по ходу презентации.

Блок-вопрос

Лучше всего описывается знакомыми с детства вопросами – «Что делать?», «Кто виноват» и «Едят ли курицу руками?». Будучи написанными большими буквами во весь экран, такие (и подобные) вопросы очень впечатляют аудиторию.

Блок-ответ

Как это ни странно, блоки-ответы встречаются в презентациях реже, чем блоки-вопросы. Часто разработчик презентации предполагает, что аудитория сама с удовольствием ответит на животрепещущие вопросы, используя представленные в презентации материалы.

Проблемный блок

Проблемный блок, безусловно, очень похож на блок-вопрос. С той лишь разницей, что проблемный блок часто менее афористичен, менее эмоционален, гораздо ближе к существу вопроса и предлагает несколько альтернатив разрешения проблемы. Часто проблемный блок становится точкой ветвления информационной структуры презентации.

Блок-доказательство

Этот блок по месту и функциям в презентации близок блоку-выводу и блоку-призыву и его специфические свойства определяются не только содержанием, но и сочетанием с другими блоками. Использовать блоки-доказательства следует осторожно, так как они не всегда хорошо воспринимаются аудиторией – иногда откровенный призыв «Налетай – подешевело!» может быть воспринят лучше, чем попытка что-то аргументировано доказать.

Блок-убеждение

Основной признак этого блока – переход на личности. Воскликать, призывать, спрашивать и доказывать можно, в общем-то, аудиторию, как единое целое. Убеждать (и очень эмоционально) нужно каждого конкретного человека, сидящего в зале. Блоки-убеждения совершенно неэффективны в неоднородной аудитории – вспомните телевизионные продажи удочек.

Блок-предложение

Блок предложение – это блок-убеждение для неоднородной аудитории. В нем вы не уговариваете каждого конкретного человека присоединиться вам, но предлагаете ему это сделать. По своей эмоциональной и информационной нагрузке блок-предложение очень близок к привычной телевизионной рекламе – «Это, безусловно, круто. Но покупать или нет – решайте сами».

Интерактивный блок

Типичный пример интерактивного блока – оглавление презентации, в котором список разделов реализован в виде набора гиперссылок, позволяющих пользователю самостоятельно определить порядок работы с презентацией.

Проблемный блок, описанный выше, является частным случаем интерактивного блока.

Заглушка

Такого рода блоки бывают полезны в больших презентациях, объединяющих несколько достаточно самостоятельных тем. Или в презентациях, просматриваемых слушателями на отдельных компьютерах под управлением докладчика. Их очень удобно использовать для организации пауз (для отдыха аудитории или соблюдения единого темпа работы с презентацией). Блоки-заглушки содержат минимум информации. Например, надпись «Пожалуйста, подождите» на черном фоне.

Заключение

В качестве заключения могут использоваться многие из уже перечисленных блоков – призыв, вывод, ответ и т.д. Однако, в зависимости от размера, содержания и эмоционального фона презентации, может возникнуть необходимость, например, в кратком резюме по всей изложенной информации.

Информация для контактов

Почти всегда – один слайд, содержащий информацию о том, как и с кем нужно связаться, чтобы присоединиться к процессу, описываемому в презентации. Этот блок может содержать информацию и о разработчиках презентации.

Документальные приложения

Под приложениями здесь и далее понимается информационный блок, не демонстрируемый аудитории по умолчанию, но доступный по специальному запросу. Документальные приложения часто являются просто текстовыми файлами с оформленными на них ссылками из презентации. Они могут содержать, например, устав организации, образец договора, какой-либо нормативный акт и тому подобную информацию.

Справочные приложения

Справочные приложения аналогичны информационно-справочным блокам. Они оформляются отдельно, если представленные в них данные достаточно объемны и будут плохо восприняты аудиторией при публичной демонстрации презентации, но могут быть интересны специалистам при индивидуальном просмотре презентации.

Поясняющие приложения (примеры)

Поясняющие приложения весьма эффективны в образовательных презентациях и могут содержать, например, варианты решения описываемых в презентации задач. Образец резюме, пример телефонного разговора при приеме на работу, варианты оформления слайдов при разработке презентаций – и т.д.

5. Приемы визуального убеждения

Хорошее исполнение – это ключ к вниманию и пониманию, уважение к аудитории, приятные впечатления от просмотра

5.1. Использование визуальных образов

Использование визуальных образов – один из самых мощных приемов убеждающей коммуникации. Дети, когда не знают, как что-то объяснить – рисуют. К сожалению, по мере накопления опыта владения словами этот гениальный прием постепенно уходит из нашей практики. Но, возвращаясь, производит необыкновенный эффект.

5.2. Главную информацию – в начало

В первые 45 секунд внимание слушателей максимально. Именно в эти секунды они должны узнать главное. А также заинтересоваться темой, чтобы досмотреть презентацию до конца.

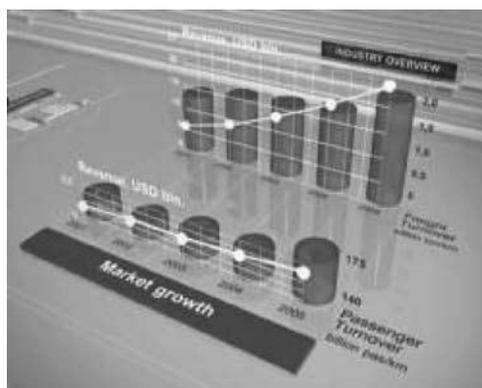
5.3. Тезис слайда – в заголовок

Правило третье: в заголовке надо писать не название картинки, а ту главную мысль, которую она доказывает.

5.4. Трансформация слайдов

Последовательное представление информации одного слайда в другом без резких визуальных изменений создает ощущение логичности и последовательности предлагаемой информации. Важно использовать единый стиль оформления слайдов, таблиц и диаграмм.

Представление информации на одном слайде в виде круговой диаграммы может перейти в столбчатые диаграммы, где форма столбцов – цилиндр.



5.5. Использование анимации в презентации – не игра, а метод привлечения и удержания внимания

Любые анимационные эффекты на слайде должны быть обоснованы. Если вы представляете текстовый слайд, то тезисы, представленные слушателям, должны проговариваться и могут появляться на экране по ходу вашей речи. В случае, когда слайд задерживается перед зрителем достаточно долго (более 20 сек.) – анимация позволяет придать жизнь слайду и не дает слушателю отвлечься от вашей презентации.

Важно!

Основные опасности в презентации:

- Превращение выступления в монотонный, неэмоциональный доклад (с использованием техники такое выступление игнорирует всякий контакт с аудиторией или ограничивается безликим стандартным приветствием).

- Излишняя затянутость презентации.

Есть существенная разница между собственно продуктом, который выносится на презентацию, и тем, что о нем нужно рассказать аудитории. Это часто смешивается. Увлеченный своей идеей, проектом, исследованием (или собственной персоной!) автор теряет чувство меры и времени.

- Замена живого общения демонстрацией наглядного материала. Безусловно, наглядность – один из важнейших факторов, обеспечивающих успех при представлении какого-нибудь продукта или себя самого. Но, к сожалению, зачастую в презентациях на первый план выходят те или иные экспозиции, а собственно сам человек становится их придатком. Какие бы наглядные материалы ни использовались в процессе презентации, центральной фигурой должен оставаться человек.

«Золотое правило» презентации (Правило трех Д)

Для того чтобы вы могли обходить вышеперечисленные опасности/ошибки при подготовке и проведении презентации, надо тренировать следующие навыки.

- Умение вести Диалог с аудиторией.
- Умение Двигаться во время выступления.
- Умение организовывать Действие и вовлекать в него слушателей.