Курсовая работа

**«Разработка речи для презентации фирмы дизайнерских услуг»**

Оглавление

Введение

1. Технология подготовки презентационного выступления

1.1 Общая характеристика форм и стилей речи

1.2 Ораторское искусство

1.3 Логика речи

1.4 Стилистические и лексические приёмы ораторской речи

2. Технология написания презентационной речи

2.1 Рекомендуемы текст речи для презентации

2.2 Рекомендации для написания презентационной речи

Заключение

Список используемых источников

Введение

В настоящее время на рынке действует множество фирм, предлагающих потребителям большое количество различных товаров и услуг. Чтобы привлечь внимание общества к продукту или услугам необходимо грамотно разработать презентационную речь.

По принятому определению, речь - это последовательность языковых знаков (прежде всего слов), организованная (или построенная) по «правилам» языка и в соответствии с потребностями выражаемой информации. Такую последовательность создает говорящий (или пишущий), такую последовательность воспринимает и «расшифровывает», т.е. так или иначе, понимает слушатель (или читатель). В общем случае задача заключается в том, чтобы в сознании слушателя (или читателя) возникла такая информация, которую выражал говорящий (пишущий); правда, это случай идеальный и, как всякий идеал, едва ли достижимый; практически же между информацией выраженной и информацией, возникшей в сознании слушателей или читателей, устанавливается большее или меньшее сходство. И чем больше это сходство, тем полнее и лучше осуществлены коммуникативные задачи. Более полному и лучшему осуществлению этих задач и служат коммуникативные качества речи, совокупность и система которых образует речевую культуру общества и отдельного человека.

Важнейшим качеством эффективности речи является ее логичность и доказательность. Чем доказательнее речь, тем эффективнее восприятие слушателей, тем более создается уверенность в надежности и достоверности услышанной информации. Для того чтобы речь выступающего была правильна и доказательна, ему необходимо знать и систематически опираться на основные логические законы.

Выступления различаются по тематике, объему, поставленным целям, характеру аудитории. Вместе с тем существуют устойчивые типовые приемы речевой разработки текста выступления.

Цель курсовой работы: разработать текст речи для презентации фирмы дизайнерских услуг

Задачи:

1. Рассмотреть формы и стили речи.

2. Изучить принципы ораторского искусства и основы логики речи.

3. Рассмотреть стилистические и лексические приёмы ораторской речи.

4. Разработать текста презентационной речи.

Методы исследования:

- анализ литературных и Интернет – источников;

- метод разработки текста.

Объект исследования: презентация.

Предмет исследования: разработка речи для презентации фирмы дизайнерских услуг.

База исследования: фирма дизайнерских услуг «Прайс», расположенная по адресу: г. Минусинск ул. Кретова 1 «а».

1. Технология подготовки презентационного выступления

1.1 Общая характеристика форм и стилей речи

Основанием классификации разновидностей речи могут быть различные факторы, которые дают возможность выделять устную и письменную формы существования речи, диалогическую и монологическую речь, функциональные стили речи и функционально-смысловые (коммуникативные) типы речи.

Общение между людьми может происходить в разных формах. Разговор с друзьями, коллегами по работе, лекция в университете – это непосредственное общение между участниками, происходящее в устной форме. Чтение книг, писем, документов и т.п. также является общением, но это общение осуществляется посредством текста, представленного в письменном виде. Таким образом, по тому, в какой форме происходит коммуникация, в звуковой или письменной, выделяют устную и письменнуюформу речи.

В зависимости от различных условий общения речь приобретает вид либо диалогической, либо монологической речи.

Диалогическая речь - это разговор, беседа двух или нескольких лиц, которые говорят попеременно. В повседневном и обычном разговоре диалогическая речь не планируется. Это речь поддержанная. Направленность такой беседы и ее результаты в значительной степени определяются высказываниями ее участников, их репликами, замечаниями, одобрением или возражением. Но иногда беседу организуют специально, чтобы выяснить определенный вопрос, тогда она носит целенаправленный характер.

Диалогическая речь, как правило, предъявляет меньше требований к построению связного и развернутого высказывания, чем речь монологическая или письменная; здесь не нужна специальная подготовка.

Монологическая речь предполагает, что говорит одно лицо, другие только слушают, не участвуя в разговоре. Монологическая речь в практике общения людей занимает большое место и проявляется в самых разнообразных устных и письменных выступлениях. К монологическим формам речи относятся лекции, доклады, выступления на собраниях. Общая и характерная особенность всех форм монологической речи - ярко выраженная направленность ее к слушателю. Цель этой направленности - достигнуть необходимого воздействия на слушателей, передать им знания, убедить в чем-либо. В связи с этим монологическая речь носит развернутый характер, требует связного изложения мыслей, а следовательно, предварительной подготовки и планирования.

Как правило, монологическая речь протекает с известным напряжением. Она требует от говорящего умения логически, последовательно излагать свои мысли, выражать их в ясной и отчетливой форме, а также умения устанавливать контакт с аудиторией. Для этого говорящий должен следить не только за содержанием своей речи и за ее внешним построением, но и за реакцией слушателей.

Для каждой ситуации общения в той или иной сфере деятельности существуют определенные правила речевого поведения, речевые нормы и средства. По функционированию речи в той или иной социально значимой сфере общественной практики выделяют функциональные стили речи*.*

Функциональный стиль современного русского языка – это такая его подсистема, которая определяется условиями и целями общения в какой-либо сфере общественной деятельности и обладает некоторой совокупностью стилистически значимых языковых средств. В соответствии с этим выделяют следующие функциональные стили: научный, официально-деловой, газетно-публицистический, художественный и разговорно-обиходный. Каждый из них отдает предпочтение устной или письменной форме, диалогической или монологической речи. Каждый функциональный стиль обусловлен обстановкой и характером содержания общения, имеет свои специфические черты и собственный строй речи.

Среди разновидностей речи выделяют также три функционально-смысловых типа речи: описание, повествование, рассуждение. Их различают в зависимости от целей монологического высказывания и способа изложения содержания. Первые два типа речи предполагают соотношение с миром «вещей» (предметов), последний – с миром понятий, суждений.

1.2 Ораторское искусство

Ораторской речью называют воздействующую, убеждающую речь, которая обращена к широкой аудитории и имеет своей целью изменить поведение аудитории, ее взгляды, убеждения, настроения и т.п.

Выступление оратора состоит из трех частей: вступления, доказательства и заключения. Вступление должно включать в себя краткое содержание той идеи, правильность, которой будет доказана во второй части речи. Существуют различные виды вступления. И его выбор зависит от сверхзадачи и аудитории, в которой оратор выступает.

Основная часть выступления − доказательство. Оно может быть логическим, когда оратор логически доказывает аудитории правильность идеи. Информационное доказательство опирается на фактический и справочный материал. Эмоциональное доказательство требует от оратора большой самоотдачи и актерского мастерства. Иногда правильность идеи удобно подтверждать путем ссылки на авторитеты − отсылочное доказательство.

В заключении оратор подводит итог, кратко повторяет ключевые мысли своей речи, еще раз излагает главную идею выступления, а также может призвать слушателей к конкретным действиям по ее реализации.

При публичном выступлении удобно опираться на заранее заготовленные тезисы − короткие предложения, отмечающие тот или иной логический поворот в изложении содержания речи.

Вместе с тем ораторский успех во многом зависит от эффективности работы над содержанием каждого отдельно взятого публичного выступления.

Из чего же конкретно складывается содержание публичного выступления? Что для этого нужно? Анализ публичных выступлений наиболее талантливых ораторов показывает, что способности к импровизации, эрудиция и многие другие достоинства оратора - это лишь предпосылки ораторского успеха, который может и не состояться, если не вложен труд в разработку содержания публичного выступления.

Разработка содержания публичного выступления начинается с осмысления и уточнения темы, выявления главной - центральной идеи, уточнения основных положений и понятий, формулирования основного тезиса и подтверждающих его аргументов.

Нелишне будет знать, и использовать классическую схему ораторского искусства. В основе ее лежат 5 этапов:

1. Подбор необходимого материала, содержания публичного выступления.

2. Составление плана, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.

3. Литературная обработка речи, насыщение ее содержания.

4. Заучивание, запоминание текста речи.

5. Произнесение речи с соответствующей интонацией, мимикой, жестами.

1.3 Логика речи

Важнейшим качеством эффективности публичного выступления является ее логичность и доказательность. Настоящий оратор не может рассчитывать только на здравый смысл и импровизацию. Необходимо овладеть логическими законами доказательности, аргументированности. Эти законы, прежде всего, распространяются на словесное определение понятий, логические выводы, доказательства своей точки зрения в процессе ведения полемики.

Чем доказательнее речь оратора, тем эффективнее восприятие слушателей, тем более создается уверенность в надежности и достоверности услышанной информации. Общепризнанно, кто логично мыслит, тот и логически ясно говорит. Поэтому первейшая задача оратора еще в процессе подготовки к публичному выступлению - продумать до мельчайших подробностей логику своего выступления, аргументацию своих выводов и обобщений.

Логическая аргументация по тому или иному вопросу в процессе публичного выступления может быть развёрнута в 3 вариантах:

- индуктивное (от частных факторов к общим заключениям),

-дедуктивное (от общих положений к частным заключениям) и в сочетании, т.е. индуктивно и дедуктивно одновременно,

- индуктивно-дедуктивное (смешанное)

При индуктивном характере доказательстве оратор опирается на отдельные факты, отдельные, чаще всего заранее отобранные примеры, выдвинутые им гипотезы, идеи. При индуктивном доказательстве следует еще на этапе подготовки к выступлению продумать и отобрать:

- наиболее существенные факты, отдельные, чаще всего заранее отобранные примеры;

- такое количество фактов и примеров, чтобы их анализ и обобщение давали убедительный вывод, заключение;

- факты и примеры должны быть близки и понятны аудитории, уровню образования и подготовки слушателей.

Индуктивных выводов в процессе публичного выступления может быть множество. Это может быть статистически выверенный или социологами установленный факт, интересная статья в газете, уместная шутка, фрагмент из книги, кино и т.п., важно, чтобы серия частных фактов, примеров иллюстрировала вашу мысль и подводила слушателей к нужным вам обобщениям и выводам.

При дедуктивном характере доказательства развертывание аргументации идет от общего к частным выводам.

Дедуктивное доказательство требует, чтобы исходное теоретическое положение, закон, принцип были либо общепризнаны, либо настолько убедительны, чтобы не вызывали сомнений у слушателей. А для этого необходимо, чтобы:

- слушатели были предварительно знакомы с исходным теоретическим знанием, на основе которого строится дедуктивное доказательство, либо оно не должно у них вызывать каких-либо сомнений;

- переход рассуждений от общего положения к частному должен сопровождаться не любыми примерами, а наиболее убедительными и яркими, запоминающимися.

При смешанном индуктивно-дедуктивном доказательстве следует учитывать все выше сформулированные рекомендации одновременно.

Очень часто ораторы допускают логические ошибки при определении понятий.

Типичной ошибкой является перечисление 2-3 признаков понятия, на основе которых и дается его определение. Существует несколько способов определения понятий. Наиболее распространенным является определение, указывающее на принадлежность к общему (роду) или на выделение специфических (видовых) различий, которые отличают данную вещь от всех других вещей. Например, оратор в процессе обсуждения проблемы творчества дает такое его определение: "Творчество - это такой вид человеческой деятельности, результатом которых является сознание новых, оригинальных духовных и материальных ценностей". Родовым понятием в данном случае будет "человеческая деятельность", а ее видовые отличия - "создание новых, оригинальных духовных и материальных ценностей".

В процессе логически правильных, доказательных рассуждений, с неизбежностью достигается определенность, ясность, непротиворечивость и обоснованность заключений и выводов.

Для того чтобы речь оратора была правильна и доказательна, ему необходимо знать и систематически опираться на основные логические законы.

Закон достаточного основания. Суть этого закона заключается в том, что всякая правильная мысль должна быть обоснована другими мыслями (аргументами, утверждениями), истинность которых проверена практикой.

Вообще оратору всегда и во всем следует придерживаться правила: практика - наивысший критерий истины!

Закон тождества. Суть закона тождества заключается в том, что каждая мысль в процессе отдельно взятого рассуждения сохраняет одно и то же определенное содержание, сколько бы раз она не повторялась. Закон тождества следует особенно учитывать в условиях спора, дискуссии, при использовании недостаточно четко определенных понятий. Например, ведется обсуждение использования понятия "творческая личность". При этом в дискуссию всякий раз привносятся разные содержательные характеристики творческой личности. Один оратор акцентирует внимание на интуиции, другой - на креативном мышлении, третий - на творческих способностях... Ясно, что в процессе дискуссии, при использовании понятия "творческая личность" следует оговорить, какое смысловое содержание привносится в данном случае. После этого необходимо, чтобы объем содержания понятия "творческая личность" не меняется.

Закон исключения третьего. Этот закон формируется так: 2 противоречащие мысли об одном и том же предмете, взятом в одно и то же время и в одном и том же отношении, не могут быть одновременно ни истинными, ни ложными: одна из них истинна, а другая ложна, и третьего не дано.

Суть этого закона будет понятна, если сказать, что нельзя быть одновременно согласным с 2 противоположными утверждениями.

1.4 Стилистические и лексические приёмы ораторской речи

Для современной ораторской речи является характерным сочетание логико-аналитических и эмоционально–образных языковых средств. Практика выступления лучших ораторов показывает, что сухое деловое выступление, сводимое к передаче "голой" информации в современной, хорошо осведомленной аудитории, как правило, остается без внимания, а нередко вызывает скуку и даже раздражение.

Поэтому начинающему оратору необходимо овладеть приемами стилистического синтаксиса, которые могут достичь экспрессивности, эмоциональности публичного выступления.

Прием градации - нарастание смысловой и эмоциональной значимости слова. Градация позволяет усилить, придать им эмоциональную выразительность фразе, сформулированной мысли.

Прием инверсии - речевой оборот, который как бы развертывает привычный, общепринятый ход мыслей и выражений на диаметрально противоположный.

Прием апелляции к собственным мыслям, размышления, сомнения, которые позволяют создать ситуацию доверительного общения с аудиторией.

Специфика устной речи проявляется в построении фраз и целых предложений. Считается, что в публичном выступлении предпочтение следует отдавать более коротким предложениям, они лучше воспринимаются на слух и запоминаются. Кроме того, короткое предложение позволяет более вариантно подходить к изменению интонации.

Среди приемов ораторской речи, существенно повышающих ее эффективность и убедительность, следует особо выделить лексические приемы. Практически во всех руководствах по ораторскому искусству среди лексических приемов рекомендуется использовать так называемые тропы.

Тропы - это речевые обороты и отдельные слова, употребляемые в переносном значении, которые позволяют достичь необходимой эмоциональной выразительности и образности. К тропам относят сравнения, метафоры, эпитеты, гиперболы...

Сравнение - один из наиболее часто используемых приемов, который обладает большой убеждающей силой, стимулирует у слушателей ассоциативное и образное мышление и тем самым позволяет оратору достичь желаемого эффекта.

Метафора - это перенос названия одного предмета на другой, это речевое сближение 2 явлений по сходству или контрасту. Например: "Локомотив истории остановить невозможно..."

Эпитет - образное определение предмета, явления, раскрывающее его сущность. Например: "Студент - это не сосуд, который следует заполнить знаниями, а факел, который надо зажечь!.."

Аллегория иносказательно изображает что-либо. Например: "Однажды прохожий спросил у строителя: "Что ты делаешь?" Тот подумал и ответил: "Не видишь? Вожу камни". Второй строитель на тот же вопрос ответил: "Зарабатываю деньги!"

Гипербола представляет собой вид тропа, состоящего в преднамеренном преувеличении свойств, качеств предметов и явлений. Например: "Редкая птица долетит до середины Днепра".

Говоря о культуре ораторского мастерства, ее разнообразии, нельзя не обратить внимание на применения крылатых слов, пословиц, поговорок. Важно, чтобы они были неожиданно, но к месту сказаны.

Высокий уровень культуры речи предполагает и непрерывное самосовершенствование техники речи. В этой связи следует обратить внимание на следующие особенности собственной речи:

Дикция - это четкость и ясность произношения фраз, слов и отдельных звуков. Для высокого уровня ораторского мастерства характерно то, что его легко слушать, у него нет скороговорок, "проглатывания" отдельных слогов и звуков. Хорошая дикция свободна от шепелявости, гнусавости и заикания.

Сила голоса должна быть соразмерна величине аудитории, в которой произносится речь, при этом должны учитываться те задачи, которые своим ораторским мастерством стремиться достичь выступающий. Сила голоса - это не только его громкость, но и сила воздействия на психику: волю, чувства, сознание слушателей.

Темп речи - число слов, произносимых в минуту, оно может сильно варьироваться. Однако чаще всего публичное выступление начинается в медленном темпе. В целях драматизации темп усиливают, либо, наоборот, снижают. Принято считать, что наиболее оптимальным темпом публичного выступления является 120 слов в минуту.

Полётность голоса - это длительность звучания отдельных фраз, слов и звуков. Когда звук насыщен интонациями, слова произносятся с определенной эмоциональной окраской, ясно, четко и достаточно сильно, то речь оратора как бы зависает в воздухе. Она достигает самых дальних уголков аудитории.

Тембр голоса - это звуковая окраска голоса, которая создает те или иные эмоционально-экспрессивные оттенки речи.

Типичной ошибкой многих ораторов является неумение четко и правильно произносить отдельные звуки речи. Для преодоления этого недостатка, а также совершенствования техники речи рекомендуется:

- прочитать вслух в различном темпе фрагмент какого-либо рассказа по книге;

- использовать скороговорки, вначале их следует произносить медленно, постепенно увеличивая темп.

Важнейший показатель речевой культуры оратора - это богатый словарный запас, точность и образность фраз и выражений, это учение лаконично и просто сформулировать свою мысль.

Итак, оратор с высокой культурой речи отличается богатством словарного запаса, смысловой точностью выражения, соблюдением языковых норм произношения, образностью и точностью словоупотребления.

2. Технология написания презентационной речи

2.1 Рекомендуемый текст речи для презентации

Для презентации фирмы дизайнерских услуг «Прайс», расположенной по адресу: ……………. нам необходимо разработать презентационную речь.

Услуги, предоставляемые фирмой «Прайс»:

* Разработка дизайна жилых и офисных помещений;
* Разработка дизайна фасадов зданий;
* Разработка дизайна мебели;
* Ландшафтный дизайн;
* Отделочные работы жилых и офисных помещений;
* Отделочные работы по оформлению фасадов зданий;
* Строительные работы.

Презентация фирмы «Прайс» состоится 20 ноября 2010 года в 11 часов по адресу: …………… Данная презентация необходима для того, что бы представить потребителям новую фирму на рынке услуг.

Для успешной презентации необходима речь, которая заинтересует потребителей и побудит к посещению ее в качестве заказчиков услуг.

Цель презентационной речи:

1. Формирование имиджа фирмы дизайнерских услуг «Прайс».
2. Поиск потенциальных клиентов.

Данная речь будет звучать на презентации, в честь открытия фирмы дизайнерских услуг «Прайс». На данную презентацию будет приглашена целевая аудитория, предположительный возраст которой составит от 20 до 65 лет, то есть лица, заинтересованные в услугах данной фирмы. Так как каждый человек делает ремонт в своём жилом помещении или человек, открывающий свою фирму и ему необходимо стильно, модно и удобно оформить свой офис.

Вот поэтому мы приглашаем людей от 20 лет, так как именно в этом возрасти начинают жить отдельно от родителей и следят за модой. и до 65, так как после достижения этого возраста люди задумываются в большей степени о своем здоровье и в меньшей о дизайне интерьера.

Презентационная речь:

Добрый день дамы и господа!

От имени руководства приветствуем Вас на официальном открытии фирмы дизайнерских услуг «Прайс». Сегодня торжественный день, и мы рады присутствию на церемонии открытия всех, кто пришёл поддержать нас.

Особую благодарность выражаем стратегическому и финансовому партнёру «Восточный банк». Отдельно благодарим супермаркет «Джем» за предоставленные отделочные материалы.

Мы признательны администрации города Минусинска за поддержку и содействию в реализации нашего проекта. Хочется отметить ответственную работу органов исполнительной власти.

На фирме «Прайс» с вами будут работать высококвалифицированные дизайнеры, дизайнеры-оформители и люди строительных специальностей.

Наша фирма будет предоставлять услуги, в различных направлениях начиная от разработки эскизов для оформления интерьера всей квартиры или отдельной ее части, разработки дизайна мебели, до воплощения наших дизайнерских идей в жизнь при помощи наших мастеров по отделочным и строительным работам.

Так как у наших сотрудников высокая квалификация и большой опыт работы, мы надеемся, что наши цены Вас приятно удивят.

Наши добродушные и приветливые сотрудники вызовут желание возвращаться к нам снова и снова.

Давайте вместе сделаем наш город красивее и ярче!

Всегда будем рады видеть Вас у нас!

2.2 Рекомендации для написания текста презентационной речи

Нами были разработаны рекомендации для эффективного написания презентационной речи:

1. Подготовьте материалов больше, чем это необходимо. Лишние знания в комбинации с интересом к теме вам помогут.
2. Думайте положительно об аудитории, как о вас самих.
3. Будьте реалистичны.
4. Составьте план, распределите собранный материал в необходимой логической последовательности.
5. Литературная обработка речи, насыщение ее содержания.
6. Приведённые факты и примеры должны быть близки и понятны аудитории.
7. Необходимо, что бы слушатели были предварительно знакомы с исходным теоретическим знанием.
8. Переход рассуждений от общего положения к частному должен сопровождаться не любыми примерами, а наиболее убедительными и яркими, запоминающимися.
9. Используйте юмор. Бизнес - вещь серьёзная, но это не значит, что нельзя включать лёгкие юмористические вставки и комментарии. Юмор помогает расслабиться, хорошо настроить аудиторию по отношению к себе.
10. Расскажите историю. Большинство людей заинтересованы в разного рода историях и с удовольствием их слушают, так что вы можете без труда найти подходящую историю, иллюстрирующую нужный вам факт.
11. Стройте выступление вокруг яркого примера. Психологи говорят, что можно заставить людей помнить важные пункты вашего выступления связывая их с конкретным образом.
12. Задайте вопрос. Задавание вопроса вовлекает публику в ваше выступление.
13. Приведите интересные статистические данные. Люди любят подробности. Если вы предоставите интересную статистику, это поможет разбудить публику.
14. Вступление должно кратко содержать основную мысль презентации, идентифицировать дополнительные данные, оговорить дальнейшее развитие выступления.
15. Помните, что основная часть должна содержать не более 3-4 основных мыслей, иначе аудитория очень плохо воспринимает всю презентацию.
16. Соотносите объект презентации с нуждами присутствующих. Люди заинтересованы в вещах, касающихся их лично.
17. Используйте простой язык.
18. Объясните, как ваш объект соотносится с уже знакомыми и принятыми идеями.
19. На заключение планируйте примерно 10% от общей продолжительности выступления.

Заключение

Изучив литературные и Интернет - источники, в своей работе мы попытались разработать презентационную речь для фирмы дизайнерских услуг. Для чего нами были рассмотрены: общая характеристика форм и стилей речи;

правила ораторского искусства; логика речи; стилистические и лексические приёмы ораторской речи.

Мы установили, что высокий уровень культуры речи предполагает и непрерывное самосовершенствование техники речи. Чтобы речь была точной, слова следует употреблять в полном соответствии с теми значениями, которые за ними закреплены.

Изучив основы логики речи, мы пришли к выводу, что важнейшее условие хорошей речи - это логичность. Мы должны заботиться о том, чтобы наша речь не нарушала логических законов. Ведь речь - это связанное целое, и каждое слово в ней, любая конструкция должны быть целенаправленны, стилистически уместны.

Существенное значение имеет выразительность речи, которая достигается четким ясным произношением, правильной интонацией, умело расставленными паузами. Должное внимание следует уделять темпу речи, силе голоса, убедительности тона, а также особенностям ораторского искусства: позе, жестам, мимике.

Изучив принципы ораторского искусства, мы выяснили, что аудитория тонко чувствует отношение к себе. Степень ее доверия и симпатии к выступающему. Это зависит от таких его важных качеств, как авторитетность и компетентность, внешняя привлекательность и тактичность.

Проанализировав принципы ораторского искусства и основы логики речи, рассмотрев стилистические и лексические приёмы ораторской речи, мы пришли к следующим выводам:

* успех презентационной речи зависит от правильности ее составления, ее ясности, точности, информационной насыщенности.
* на разных этапах общения эти качества могут играть разную роль. Например, на начальной стадии эффект привлекательности может возникнуть лишь благодаря внешности выступающего и его манере держаться, а представления о компетентности и авторитетности формируются на основе информации, о его образовательной подготовке и социальном положении.
  + незаинтересованное, формальное выступление оставляет людей равнодушными, высокомерие вызывает неприязнь. При этом важно знать, что даже хороший оратор или квалифицированный журналист не может скрыть своей внутренней позиции, если она не совпадает с тем, что он говорит. Достаточно точно установлено, что, когда человек неискренен, некоторые характеристики его голоса меняются определённым образом, не говоря уже о более доступных наблюдению сигналах мимики и жестов.
  + хорошая речь не может быть без соответствующих знаний, умений и навыков. Это все приходит как результат труда. Значит необходимо быть требовательным не только к речи других, но, прежде всего к своей собственной.

Таким образом, в данной работе нам удалось разработать презентационную речь фирмы дизайнерских услуг «Прайс». Презентовать новую фирму на рынке услуг и привлечь внимание потребителей к услугам данной фирмы.

Список используемых источников

1. Асмолова М.Л. Проведение презентаций. // [Текст]: / М.Л. Асмолова. – М.: Северо, 2003, с. 57.
2. Арредондо Л. Презентационная речь, и ее основы.// [Текст]: / Л. Арредондо. - Челябинск: LTO, 1998, с. 59.
3. Бердышев С.Н. Основы презентации. // [Текст] / С. Н. Бердышев. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009, с. 228.
4. Бендер П.У. Организация презентаций // [Текст]: / П.У. Бендер. – М.: Попурри, 2005, с. 64.
5. Вагин И.О., П.С. Репинская. Элементы презентационной речи.// [Текст]: / И.О. Вагин. – М.: Феникс, с. 123.
6. Вайсман Е.Д., Лазарева Г.В. Основы презентации. // [Текст]: Учебное пособие. / Е.Д. Вайсман. - Челябинск: ЧГТУ, 1997, с. 22.
7. Вайссман Д. Подготовка презентаций. // [Текст]: / Д. Вайссман – М.: Вершина, 2008, с. 33-35.
8. Гойхман О.Я. Организация и проведение презентаций // [Текст] / О.Я. Гойхман. – М.: ИНФРА-М, 2008, с. 120.
9. Гусев Э.Б., Прокудин В.А. Презентационные выступления. // [Текст]: / Э.Б. Гусев. - М.: Дашкова, 2005, с. 24-34.
10. Джей Э. Методика презентаций. // [Текст]: / Э. Джей. – М.: Амолфея, 1997, с. 27.
11. Дитон С. Презентация. // [Текст]: / С. Дитон. – М.: Олимп-Бизнес, 2003, с. 97.
12. Евстафьева В.А. Элементы и проведение презентации. // [Текст]: / В.А. Евстафьева. – М.: Просвещение, 2003, с. 78-81.
13. Исмаил Ахмед. Разработка презентаций // [Текст] / Ахмед Исмаил. – Ростов н/Д: Феникс, 2003.-109с.
14. Карлащук В.И. Элементы подготовки презентации // [Текст] / В.И. Карлащук. М.: Омега-Л, 2003, с. 205.
15. Нельке Клаудиа. Проведение презентаций // [Текст] / Клаудиа Нельке. – М.: Омега-Л, 2006, с.107.
16. Турыгина С.В. Презентации // [Текст] / С. В. Турыгина. – Ростов н/Д: Феникс, 2009, с. 201.
17. Лазарев Д.О. Презентация и презентационная речь. // [Текст]: / Д.О. Лазарев. - Пенза: АНАТА, 2008, с. 34.
18. Пасмуров А.Н. Речь с элементами презентации. // [Текст]: / А.Н. Пасмуров. – М.: ИСИ, 2008, с. 45-50.
19. Рафел М. Основы и разработки презентационных речей. // [Текст]: / М. Рафел. - Минск: Питер, 1996, с. 44.
20. Рейнольдс Г. Презентация и разработка. // [Текст]: / Г. Рейнольдс. – М.: ИСИ, 2007, с. 45-56.