План

Вступление

Поиск материалов

Отбор и систематизация материала

Использование фактологического материала

**Некоторые подсказки, которые помогут презентатору**

**Выводы**

**Список использованной литературы**

Вступление

На сегодняшний день любому человеку, который стремится преуспеть в карьере, и для которого важен личностный рост, необходим навык публичных выступлений. Хотите вы рассказать новым сотрудникам о миссии и целях компании, выступив с отчетом, или провести презентацию своего проекта – сделать это нужно на самом высоком уровне.

Если презентация будет не только содержательной, но и прекрасно донесенной до слушателей, то в этом случае вы будете выглядеть профессионалом в своей сфере и увеличите кредит доверия со стороны вашей аудитории.

Поиск материалов

Оценка темы, цели и аудитории является основой и фоном следующего этапа докоммуникативной фазы – «кодирования», т.е. создания сообщения на данную тему, с заданной целью, для данной аудитории и в соответствии с конкретной обстановкой. Этот этап включает:

Основными источниками, из которых можно черпать новые идеи, интересные сведения, факты, примеры, иллюстрации для своей речи, являются:

- официальные документы;

- научная, научно-популярная литература;

- справочная литература: энциклопедии, энциклопедические словари, словари по различным отраслям знаний, лингвистические словари, статистические сборники, ежегодники по различным вопросам, таблицы, библиографические указатели;

- художественная литература;

- статьи из газет и журналов;

- передачи радио и телевидения;

- результаты социологических опросов;

- собственные знания и опыт;

- личные контакты, беседы, интервью;

- размышления и наблюдения.

Чтобы выступление получилось содержательным, лучше использовать не один источник, а несколько.

При подготовке к выступлению необходимо использовать и так называемый местный материал, т.е. имеющий отношение к слушателям. Такой материал оживляет выступление, привлекает к нему внимание слушателей, вызывает у них интерес к выступлению.

Чтение литературы по теме выступления, накопление карточек с интересными высказываниями, примерами, цитатами, статистическими данными – трудоемкий этап подготовки публичного выступления, который требует определенного времени, поэтому подготовку к выступлению необходимо начинать заранее.

Данный этап подготовки во многом определяет успех будущего выступления: оратор получает и расширяет свои знания, связанные с предметом речи, критически осмысливает материал, выясняет основные проблемы.

При планировании выступления необходимо определить метод – выбор ключевых слов и их подача.

Для информационной речи такими словами могут быть анализ, демонстрация, объяснение, суммирование, сравнение, описание, обсуждение, перечисление, показ.

Цель убеждающей речи может включать слова принять, сделать, вступить, поддержать, согласиться, внести вклад, помочь, защитить, предложить, разделить мнение, выступить за.

Возможны интонационные окраски выступлений:

- мажорная;

- беспечная или юмористическая;

- шутливая;

- сердитая или упрекающая;

- мрачная;

- торжественная;

- предостерегающая;

- просительная.

Отбор и систематизация материала

Сделать выступление захватывающим и наглядным можно благодаря не только своим специальным знаниям, но и личному опыту. Слушатели будут прислушиваться лишь в том случае, когда вы будете говорить не только как специалист, но и просто как человек. Ниже приведены основные источники материала, которые могут Вам понадобиться: указания на то, как получить специальную информацию интересным.

Cпециальная информация:

* Архив фирмы: что можно найти по этой темы в этом обществе, организации;
* Библиотеки, учебники, справочники;
* Газеты и специальные переодические издания;
* Видеодокументы (даже если вы найдете в них темы, слегка близкие к вашей, все равно они могут послужить неплохим толчком);
* Советы коллег;
* Различные альманахи, сборники цитат, пословиц(иногда там можно найти меткий афоризм или хороший анекдот, которые помогут вам разрядить обстановку).

Отбор материала

В Вашем распоряжении огромное количество материала. Что же дальше? Очень просто: вам просто нужно выбрать ту информацию, которая поможет достигнуть цели. Для этого просто спросите себя:• что именно

• я могу высказать в течение отведенного времени

• моей целевой аудитории

• для достижения намеченной мною цели?

Систематизация материала

Ниже вы узнаете об одном верном и легком способе, который поможет Вам отбирать и систематизировать необходимый материал. При этом необходимо работать с тезисом, который будет обосновываться в ходе выступления.

Пример

Вы выступаете перед руководителями рекламного отдела с докладом на тему Новые целевые группы для рекламы моющих средств. Свою цель Вы сформулировали следующим образом: Я хочу убедить своих слушателей в том, что в последнее время начало увеличиваться число продаж моющих средств среди мужчин в возрасте от 25 до 40 лет. При этом Вы собрали огромное количество материала: исследования на тему того, каким моющим средствам отдают предпочтение полноценные семьи и мужчины, ведущие домашнее хозяйство самостоятельно; исследования о часто проводимых стирок, о средствах массовой информации, которым мужчины отдают наибольшее предпочтение, и т.д. Вы систематизируете отобранный материал в соответствии со сформулированной Вами целью. При этом Вы не упускаете из виду предоставленное Вам время. Допустим, что у Вас есть 15 минут на то, чтобы привести все необходимые аргументы. Применительно к приведенному выше примеру это может выглядеть следующим образом.

1 Вы начинаете с заключительного утверждения:

Мужчины — новая важная целевая группа для рекламы моющих средств.

2 Вы приступаете к доказательству:

Исследования показали, что в последнее время все больше и больше мужчин стирают самостоятельно, и они постоянно сталкиваются с необходимостью покупать моющие средства. Поэтому при написании рекламных текстов необходимо учитывать данный фактор.

3 Вы приводите следующие сведения:

Предпочтения при выборе моющих средств в семье: как уже было сказано, теперь за стирку отвечают не только матери семейств, но также и отцы. Например, было обнаружено, что почти каждый второй отец стирает сам около двух раз в неделю, закупает необходимые моющие средства и даже

знает несколько ведущих марок стирального порошка

4 Вы составляете прогнозы: объясняете, как можно развить сбыт моющих средств среди мужского населения.

5 Вы разрабатываете меры: называете средства массовой информации, пользующиеся наибольшей популярностью среди мужчин (некоторые телевизионные программы и каналы, мужские журналы и т.п.).

Решите, какие разделы включить в выступление и каково назначение каждого раздела. Разместите разделы в логическом порядке, учитывая время. Сделайте их достаточно короткими, чтобы увеличить период устойчивого внимания аудитории.

Психологи определили закономерности изменения внимания слушателей. Уровень внимания аудитории существенно изменяется в течение сорокаминутного периода. Сначала он высокий, затем, впервые десять минут, медленно снижается, потом снижается быстрее, а через тридцать минут достигает самого низкого уровня. С тридцатой по сороковую минуты уровень внимания повышается. В последние пять минут он наиболее высокий, хотя и не достигает первоначального уровня. Имейте в виду, внимание аудитории не повысится, если она не будет знать, что выступление близко к завершению.

Здесь можно привести следующие рекомендации:

Факты, которые по замыслу выступающего аудитория должна запомнить, должны быть в начале и в конце выступления. Особенно важны последняя иллюстрация и вывод в каждом выступлении. Их можно особо выделять длительной паузой после важного пункта.

Так как степень внимания после первых десяти минут снижается, то как раз с этого момента и до тех пор, пока она не начнет опять возрастать, особая роль отводится разнообразию структуры выступления и приемам, призванным разбудить интерес аудитории.

Пометьте разделы по степени важности буквами А, В, С, чтобы в случае необходимости скорее отсеять ненужную информацию. А — это то, что должно быть включено в выступление обязательно, В — то, что желательно включить, С — то, что хорошо сказать, если для этого останется время. Обдумайте пути варьирования структуры выступления. Убедитесь, что каждый раздел заканчивается важным сообщением или промежуточными

Использование фактологического материала.

Цифровые данные для облегчения восприятия лучше демонстрировать посредством таблиц и графиков, а не злоупотреблять их зачитыванием. Лучше всего, когда в устном выступлении количество цифрового материала ограничено, на него лучше ссылаться, а не приводить полностью, так как цифры скорее утомляют слушателей, нежели вызывают интерес. Информация, которая плохо воспринимается на слух — даты, имена, новые термины, названия — должна быть обязательно представлена на слайдах.

При графическом представлении информации должны использоваться адекватные средства визуализации, т.е. подбираться соответствующие содержанию типы графиков и диаграмм, иллюстрации, таблицы. Как правило, в ячейках таблицы содержится мелкий текст. Такой слайд может легко читаться непосредственно на вашем мониторе, но на большом экране текст будет читаться плохо.

Средства динамического представления информации (перемещение или разновременное появление фрагментов текста и графических объектов, другие анимационные эффекты и эффекты смены слайдов) должны служить для дозирования информации, привлечения внимания слушателей к той ее части, о которой идет речь в определенный момент выступления, и показа явлений в динамике.

Текст презентации не должен служить конспектом для докладчика — для этого в программе MS PowerPoint существует специальный режим подготовки заметок к слайдам. Развернутые тексты на слайдах презентаций конспектов лекций вполне оправданны, но в презентациях, иллюстрирующих публичное выступление, текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при необходимости цитирования. Списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более 4 строк и 4 столбцов — в противном случае данные в таблице будет просто невозможно увидеть. Ячейки с названиями строк и столбцов и наиболее значимые данные рекомендуется выделять цветом. Гистограммы не должны включать более 4 категорий, а организационные диаграммы — более 5 элементов. Если требуются более объемные таблицы и диаграммы, лучше подготовить их для раздаточных материалов с помощью других программ.

Количество слайдов определяется регламентом выступления. Например, для 10-минутного выступления готовится не более 12 слайдов. Избыточное количество слайдов приводит не только к нарушению регламента, но и к утомлению слушателей и рассеиванию их внимания. В зарубежной практике чрезмерное количество слайдов в презентациях получило шутливое название «PowerPoint Poisoning» («отравление» PowerPoint).

Первый слайд презентации должен содержать название темы выступления, фамилию, имя и отчество докладчика, время и место выступления, контактную информацию. **Для корпоративных презентаций в оформлении обязательно использование соответствующей символики**.

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется **повторение первого слайда в конце презентации**, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление. Контактную информацию, представленную на первом и заключительном слайдах, необходимо также указать в раздочных материалах. Для выступлений **на иностранных языках** необходимо также владение набором принятых в соответствующих культурах речевых клише, которые нужно изучать дополнительно.

Практика показывает, что в подготовке презентаций, иллюстрирующих публичные выступления, сложнее всего:

–**трансформировать текст выступления для его представления в виде ключевых слов и фраз,**

–выбрать адекватные средства визуализации информации,

–подобрать оптимальное цветовое решение,

– отказаться от чрезмерного использования анимационных эффектов.

**Некоторые подсказки, которые помогут презентатору**

1. Четко определите основную мысль, которую вы хотите донести до аудитории. Это поможет вам четко сформулировать цель своего публичного выступления, а слушателям будет легче вас понять, усвоить полученную информацию и сформировать свое отношение к предмету обсуждения. Планируя речь, определитесь с тем, о чем вы хотите проинформировать слушателей.
2. Определите логическую структуру выступления. Основываясь на главном тезисе доклада, подготовьте вступление, основную часть и заключение. Вступление и заключение могут составлять 20% всего доклада. Не стоит пренебрегать этими важными составляющими, иначе новая информация «свалится» на слушателей, как «снег на голову».
Вступление можно начать с небольшой истории, вопроса, или интересного факта. В заключение публичного выступления можно подытожить и кратко повторить идеи, уже озвученные в основной части. Поместив главные пункты доклада в основную часть, воспользуйтесь данными ниже рекомендациями.
3. Подкрепляйте свои тезисы статистикой и фактами. Такой способ широко применяется в бизнес-презентациях и служит отличным доказательством слов докладчика. Чтобы аудитории было легче воспринять новую информацию, вместо «64,3%» лучше скажите «почти 2/3». Используя статистическую информацию, помните, что она должна быть достоверной.
4. Используйте визуальные средства. Если презентация содержит много статистических данных, их лучше разместить на слайдах. Диаграммы и графики хорошо привлекают внимание и запоминаются. Также на слайдах можно разместить основные пункты выступления, которые, на ваш взгляд, очень важны для запоминания аудиторией. Помещая данные на слайдах, сделайте их четкими, разборчивыми. Они должны быть видны всем присутствующим. Шрифт должен быть крупным и по цвету резко отличаться от фона.

Выводы

Во время подготовки к презентации очень важно уделить должное внимание подбору материалов, их обработке для последующего представления аудитории.

Информация, которую необходимо подавать, должна быть организованна логично и последовательно. Это необходимо в первую очередь, что бы удерживать внимание аудитории, заинтересовать ее, сделать презентацию понятной и доступной всем.

Только грамотно подобрав и упорядочив материал можно добиться от презентации максимального эффекта.

Список использованной литературы

1. Алешина И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. Учебник. - М.: ИКФ «ЭКМОС», 2006. - 480 с.

2. Горкина М. Б., Мамонтов А. А., Манн И. Б. PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR - 3-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005 - 240

3. Джей Э. Эффективная презентация. - М.: Баланс-Клуб, 2004. -280с.

4. Кодлер И.Успешная презентация. – М. , 2003

5. Рафел М. Как завоевать клиента /пер.с англ. Д.Раппопорте.- Минск: Питер, 2003 г. - 356с.

6. Лазарев Д. Лучше один раз увидеть!. – М., 2009

7. Хофф Р. Я вижу вас голым. Как подготовится к презентации и с блеском ее провести. – М., 2005. – 212 с.