



**ЕВРОПСКИ
МЛАДИНСКИ
ФИЛМОВИ**

РАЗВОЈ И ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПРОЕКТ



РАЗВОЈ НА ПРОЕКТ

Секој проект, а тука спаѓаат и медиските проекти, е дефиниран како временски одредно настојување да се произведе единствен производ, услуга или резултат.

Проектите се одредени со нивното траење, т.е. почеток и крај.



При развојот на проектот клучни сегменти се:

- Проектна идеја и концепт.

При дефинирањето на идејата и концептот треба да се направи анализа на:

- * Состојба на пазарот
- * Актуелни потреби на поедини сегменти од пазарот
- * Изводливост на идејата
- * Потенцијални и можни извори на финансирање
- * Автори и соработници кои би можеле да се вклучат во изработката
- * Искуства од проекти темелени на сличен концепт

- Избор на продукциска стратегија

Општа слика за постигнување на целите, т.е. начин на постигнување на целите.

- Презентација (PITCHING)



ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА МЕДИСКИ ПРОЕКТ СЕ ВРШИ ВО

- ПИШАНА ФОРМА

- ВЕРБАЛНО



ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА МЕДИСКИ ПРОЕКТ ВО ПИШАНА ФОРМА



Секој медиски проект треба на соодветен начин да им се презентира на потенцијалните инвеститори или партнери

- Институционален конкурс за поддршка на проекти од јавен интерес
- Банкарски кредит
- Спонзорски аранжмани или
- Претприемачки капитал



Квалитетното и јасно претставување на проектот во секој негов сегмент е еден од најважните одлики на добриот продуцент.



Основната идеја за проектот треба да се образложи во вербална форма, но секако од поднесувачот на проектот за одобрување на поддршката се бара и сериозен писмен елаборат.



Тој елаборат ќе одговори на основните прашања:

- За каков проект станува збор,
- На кого му е наменет проектот
- Колку средства се потребни за негова реализација
- На кој начин ќе се вратат вложените средства (со остварување на профит или со други начини со кои што учесниците во проектот и инвеститорот ќе бидат задоволни)



Основна содржина на елаборат за проект



- Концепт / Идеја
- Пазар
- Целни групи
- Финансиски план
- Извори на финансирање
- Оперативен план
- Приказ на очекувани приходи
- Рекапитулација на финансискиот план и очекуваниот приход
- Стратегија на маркетинг и пласман
- Компаративни примери
- Референци на носителите на проектот
- Биографија
- Сумирање на проектот
- Дополнителни документи
- Предвидување на ризик (S.W.O.T. Анализа)



Елаборатот за продукција е подложен на менување и прилагодување во зависност од текот на продукцијата, меѓутоа при тоа треба да се настојува да не се менуваат есенцијалните податоци и бројки.



ПРЕЗЕНТАЦИСКИ ВЕШТИНИ – ВЕРБАЛНА ПРЕЗЕНТАЦИЈА



Презентациските вештини се преку потребни во општествениот и деловниот свет.

Причината за потребата од обука во оваа област е едноставна, некои луѓе едноставно не знаат да раскажат приказна.

Говорничките вештини се негувале од дамнешни времиња, па се до денес.

- Страв од јавни настапи
- Тешкотии при за концизно претставување на проект
- Се потешко е нешто да се продаде бидејќи продажните цели се се повисоки, а потенцијалните купувачи се неверливи.



ШТО Е ПРЕЗЕНТАЦИЈА

Презентацијата може да биде било каков облик на формално или неформално излагање.

Целта на секое излагање е на јасен и примерен начин да се пренесе некоја идеја.



Во текот на презентацијата може да дојде до неразбирања, несогласувања, па дури и агресивни испади, меѓутоа и покрај тоа вештиот излагач треба да знае да дојде од почетната идеја до заклучокот кој требало да го пренесе.



Како не доживува публиката

Стекнувањето на комуникациски вештини е долготраен процес кој треба да се развива и обликува во склад со карактерот и вредностите до кои држиме. Тоа е исклучително важно бидејќи тие вештини директно влијаат како на приватниот живот, така и на деловното комуницирање.



Визуелно доживување

Стручњаците сметаат дека дури 55% од вниманието на публиката е насочено кон изгледот на говорникот, неговиот израз на лицето, начинот на кој што се движи и слично.



Глас

На гласот и на начинот на кој што нештото се изнесува е усмерено 38% од вниманието.



Содржина

На крај доаѓаме и до содржината која што ја изнесуваме. Иако само 7% од вниманието отпаѓа на содржината, тоа не значи дека можеме да зборуваме глупости.



Планирање и позиционирање на проект

Темпото со кое живееме и работиме е се побрзо. Никој нема време за одложување и развлекување, општи излагања, предолги пишани предлог-проекти и слично.



Основната идеја треба да се сведе на дефиниција од една до две реченици кои ќе ја обединат сржта на проектот.

Така се добива дефиниција која ќе објасни:

- **За што станува збор**
- **Ќе ја заинтересира публиката**
- **Ќе го одвои проектот од конкуренцијата**



Она што треба да го содржи вербалната презентација е:

- **Опис на проектот**
- **Состојба на пазарот**
- **Компаративни предности во однос на конкуренцијата**
- **Целна публика**
- **Планирање на активности насочени кон различни целни групи**



Излагачот треба секој пат да ја прилагоди презентацијата во зависност од оној на кого што му е наменета.



Дефинирање на целите на излагачот и публиката

Пред секоја презентација важно е да се одреди целта која треба со неа да се постигне. При тоа не треба да се заборава дека и публиката има свои цели, а договори се постигнуваат само кога двете страни се задоволни.



Структурирање на презентација

Кога накрато ќе се дефинира сржта на идејата, потребата на публиката и целите на презентацијата, треба да се осврнеме и на изборот на подтемите кои проектот ќе и го доближат на одредена публика. Еден од клучните чинители при презентацијата е и времето, а тоа се брои во минути.



Подготовка на презентација

При подготовката, излагачот треба најпрво да размисли за тоа кој ќе биде присутен на презентацијата, каде ќе се одвива, колку ќе трае состанокот, која опрема му е потребна итн.

Текот на презентацијата треба да содржи

- Вовед
- Цели
- Содржина
- Заклучок



Подготовка на Power Point презентација

- Најчеста грешка е пренатрпаност на слајдовите со информации.
- Втора грешка е читање наместо интерпретирање на слајдовите.
- Во средиштето на вниманието треба да биде излагачот, а слајдовите треба да му служат како потсетник или визуелна поткрепа за она што го говори.
- Слајдовите треба да бидат фокусирани и визуелно атрактивни.



Водење на презентација

Добриот говорник го привлекува вниманието уште на почетокот на презентацијата, бидејќи првиот впечаток тешко може да се смени.



- Говор на телото

Еден од најважните елементи при презентацијата е држењето на телото. За успешна комуникација важен е контактот со очите, како најизразен дел од човечкото тело. Ако некому му го избегнуваме погледот тоа може да биде знак за неискреност или уплашеност.



Знаци по ко може да се процени заинтересираноста на публиката:

Повлекување, сомнеж, недоумица

Не гледаат во вас

Тело свртено кон излезот

Рака преку уста

Допирање на нос

Досада:

Тропкање по маса

Движења на рацете кон лицето

Добар тек на преговорите:

Климање со глава или звуци на одобрување

Навалување напред

Смешкање



ФЕСТИВАЛИ И ФОНДОВИ



Sarajevo film festival

www.sff.ba

Sarajevo talent campus

Sarajevo City of film

Cine Link

Co-production market

Work in progress

Development workshop



International film festival Rotterdam

www.filmfestivalrotterdam.com

New Arrivals

Hubert Bals Fund

Application deadlines are March 1 and August 1.

Script and project development.

Digital Production.

Post-production funding or final-financing.

Distribution.

Hubert Bals Fund PLUS

Cinemart



International Documentary Film Festival Amsterdam

www.idfa.nl

Docs for sale

IDFA Forum

Jan Vrijman Fund

Script and project development,

Production and post-production,

Other activities (distribution initiatives, documentary film festivals and documentary workshops).

Deadlines on 15 January and 15 May.



Sundance film festival <http://www.sundance.org/programs/>

Dragon Forum <http://dragonforum.pl/>

Institut of documentary film www.dokweb.net

European documentary network www.edn.dk

Zagreb Dox www.zagrebdox.net

www.documentary-campus.com

National Geographic All Roads Film Project

<http://events.nationalgeographic.com/events/all-roads/film/>

http://events.nationalgeographic.com/media/files/allroads2009_SeedGrant.pdf



Berlinale

www.berlinale.de

Berlinale co-production market

European film market

Berlinale talent campus

(www.berlinale-talentcampus.de)



www.festival-cannes.com

www.marchedufilm.com

Eurimages

http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default_en.asp

MEDIA

http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm

