



**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](http://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](http://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](http://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](http://www.dokweb.net)

**European documentary network** [www.edn.dk](http://www.edn.dk)

**Zagreb Dox** [www.zagrebdox.net](http://www.zagrebdox.net)

[www.documentary-campus.com](http://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](http://events.nationalgeographic.com/media/files/allroads2009_SeedGrant.pdf)



# Berlinale

[www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)

Berlinale co-production market

European film market

Berlinale talent campus

([www.berlinale-talentcampus.de](http://www.berlinale-talentcampus.de))



[www.festival-cannes.com](http://www.festival-cannes.com)

[www.marchedufilm.com](http://www.marchedufilm.com)

Eurimages

[http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/default_en.asp)

MEDIA

[http://ec.europa.eu/culture/media/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm)

