



ПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК РІЗНОВИД ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ

ВИДИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ.

ПІДГОТОВКА ТА ПРОВЕДЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЙ.

ВИДИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

- **ПРЕЗЕНТАЦІЯ** – СУСПІЛЬНЕ ПОДАННЯ ЧОГО-НЕБУДЬ НОВОГО, ЩО НЕДАВНО З'ЯВИЛОСЯ, СТВОРЕНОГО, НАПРИКЛАД: ТОВАРУ, КНИГИ, ЖУРНАЛУ, КІНОФІЛЬМУ, ТЕЛЕПРОГРАМИ, ОРГАНІЗАЦІЇ ТОЩО.

ВИДИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

– **ПРЕЗЕНТАЦІЯ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ** (ФІРМИ, АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА, КОРПОРАЦІЇ ТОЩО).

МЕТОЮ Є СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ ФІРМИ. ТАКА ПРЕЗЕНТАЦІЯ Є ЧАСТИНОЮ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.

– **ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТОВАРУ.**

МЕТА – ПОДАЧА ЗНАНЬ ПРО НОВУ МАРКУ, ТОВАР АБО ПОСЛУГУ НА ЦІЛЬОВОМУ РИНКУ, ОЗНАЙОМЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ З НОВИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ ТОВАРУ, З РОЗКЛАДОМ РОБОТИ МАГАЗИНУ, З ДОСЯГНЕННЯМИ Й ПЕРЕВАГАМИ МАРКИ.

ВИДИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

– ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОЄКТУ.

МЕТА: ІНФОРМУВАННЯ ПРО ПЕВНИЙ ПРОЄКТ, ВИЗНАЧЕННЯ СТАВЛЕННЯ ДО НЬОГО, ПОШУК ЗАЦІКАВЛЕНИХ У РОЗРОБЦІ Й РЕАЛІЗАЦІЇ. ДО ЦЬОГО ВИДУ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ВИСУВАЮТЬСЯ СЕРЙОЗНІШІ ВИМОГИ ЩОДО ФОРМИ, ЗМІСТУ Й ПІДГОТОВКИ.

– ПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБСЯГУ Й ЗМІСТУ ВИКОНАНИХ РОБІТ (ЗВІТ).

МЕТА: НАДАТИ ПЕВНИЙ НЕВЕЛИКІЙ ГРУПІ ЛЮДЕЙ ІНФОРМАЦІЮ ПРО РЕЗУЛЬТАТИ РОБІТ.

– ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПЛАНУ МАЙБУТНІХ РОБІТ.

МЕТА: ІНФОРМУВАННЯ ПЕВНОГО КОЛА ОСІБ ПРО ЗАПЛАНОВАНІ РОБОТИ, ОПИС ЗАПЛАНОВАНИХ РОБІТ ДЛЯ ЇХ КРИТИЧНОГО АНАЛІЗУ Й КОРЕКЦІЇ.

СКЛАДОВІ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

- *ПРОМОВЕЦЬ* – ЦЕНТРАЛЬНА ФІГУРА, ЩО НЕСЕ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТ ПРЕЗЕНТАЦІЇ. ПРЕЗЕНТАТОР МАЄ ТОНКО РОЗУМІТИ ДИНАМІКУ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ Й ВІЛЬНО ВОЛОДІТИ ПРИЙОМАМИ АКТИВНОГО СПІЛКУВАННЯ.
- *ПОВІДОМЛЕННЯ* – ЦЕ БЕЗПОСЕРЕДНЬО ТА ІНФОРМАЦІЯ, ЯКУ ПРЕЗЕНТАТОР ПЕРЕДАЄ АУДИТОРІЇ.
- *АУДИТОРІЯ* – ЦЕ ЛЮДИ, ЗАПРОШЕНІ НА ПРЕЗЕНТАЦІЮ. ЇХНІЙ СКЛАД І ЧИСЛО ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ОРГАНІЗАТОРАМИ ЗАЗДАЛЕГІДЬ.

КРОКИ З ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

ПЛАНУВАННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ. НЕОБХІДНО ВРАХУВАТИ:

- ЯК ЧАСТО ПРОВОДИЛИСЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ З ЦІЄЇ ТЕМИ, ПЕРЕД ПОДІБНИМ ТИПОМ АУДИТОРІЇ, У ЦИХ ЧАСОВИХ МЕЖАХ, У ЦЬОМУ МІСЦІ;
- РІВЕНЬ ЗНАЙОМСТВА ПРЕЗЕНТАТОРА З АУДИТОРІЄЮ Й ПРЕДМЕТОМ;
- ПОПИТ НА ПРЕЗЕНТАЦІЮ;
- ЧИ ПРОВОДИТЬСЯ ПОДІБНА ПРЕЗЕНТАЦІЯ ІНШИМ ТОВАРИСТВОМ ТОЩО.

МЕТА ДОПОМАГАЄ ВИЗНАЧИТИ ФОРМУ, ЗМІСТ І СТИЛЬ ПРЕЗЕНТАЦІЇ, А ТАКОЖ РІВЕНЬ ВЗАЄМОДІЇ АУДИТОРІЇ ІЗ ПРЕЗЕНТАТОРОМ.

ЦІЛІ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

- **1. МОТИВУВАННЯ АБО РОЗВАГА.** ПРЕЗЕНТАЦІЯ ЧАСТО СКЛАДАЄТЬСЯ ЗІ ЗВИЧАЙНОЇ ПРОМОВИ.
- **2. ІНФОРМУВАННЯ АБО АНАЛІЗ.** ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПЕРЕДБАЧАЄ ВЗАЄМОДІЮ З АУДИТОРІЄЮ. ЯВЛЯЄ СОБОЮ ЗБОРИ ПЕВНОЇ ГРУПИ ЛЮДЕЙ З МЕТОЮ ПРОСЛУХОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ. ПІСЛЯ ЧОГО ПРИСУТНІ СТАВЛЯТЬ ПИТАННЯ ЩОДО РОЗУМІННЯ Й УТОЧНЕННЯ ДЕЯКИХ ДАНИХ. ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТАКОГО РОДУ ДУЖЕ ЧАСТО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ У ВЕЛИКИХ КОМПАНІЯХ ДЛЯ МОНІТОРИНГУ СТАНУ СПРАВ.
- **3. ПЕРЕКОНАННЯ АБО ЗАПРОШЕННЯ ДО СПІВРОБІТНИЦТВА.** НАДАЄТЬСЯ ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОБ'ЄКТ, ВИСЛОВЛЮЮТЬСЯ АРГУМЕНТИ В ПІДТРИМКУ СВОЄЇ ТОЧКИ ЗОРУ, НАМАГАЮТЬСЯ СХИЛИТИ ПРИСУТНІХ ДО ПОТРІБНИХ ДІЙ. ТАКА ПРЕЗЕНТАЦІЯ НАЙБІЛЬШ ВИМОГЛИВА ДО ДОПОМІЖНИХ ОБ'ЄКТІВ І ЯКОСТІ ПРОМОВИ. КРІМ ТОГО, НЕОБХІДНО БУТИ ДОСИТЬ ГНУЧКИМ І ДОБРЕ ВІДЧУВАТИ СИТУАЦІЮ, ОСОБЛИВО У ВИПАДКУ НЕПЕРЕДБАЧЕНОГО РОЗВИТКУ ПОДІЙ.

АУДИТОРІЯ

НЕОБХІДНО ВИЗНАЧИТИ КІЛЬКІСТЬ ЗАПРОШЕНИХ.

МАЛЕНЬКІ ГРУПИ ЗРУЧНІ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ. ЧИМ МЕНШОЮ БУДЕ УЧАСТЬ АУДИТОРІЇ В ПРЕЗЕНТАЦІЇ, ТИМ БІЛЬШЕ МОЖЕ БУТИ РОЗМІР ГРУПИ.

В.В.БРАЖНИК РЕКОМЕНДУЄ ПЕРЕД ПРОВЕДЕННЯМ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ЗНАЙТИ ВІДПОВІДІ НА ТАКІ ПИТАННЯ ПРО АУДИТОРІЮ:

- ЧИ БУДЕ АУДИТОРІЯ В ОСНОВНІЙ МАСІ ДРУЖНЯ, БАЙДУЖНА АБО ВОРОЖА НАШІЙ ТОЧЦІ ЗОРУ?
- ЧИ ТУРБУЄ ЇХ ТЕМА ПРЕЗЕНТАЦІЇ?
- ЯКИЙ В АУДИТОРІЇ РІВЕНЬ РОЗУМІННЯ, ОСВІТИ?
- ЩО ГРУПІ ВІДОМО ПРО ТЕ, ЩО МИ ЗБИРАЄМОСЯ ЇМ ПІДНЕСТИ?
- ЧИ ЗНАЮТЬ ВОНИ НАС?
- ЧИ ПОВАЖАЮТЬ ВОНИ НАС?

ПІДГОТОВКА ДО ВИСТУПУ

- ПЕРШИЙ КРОК – ЦЕ ВИЗНАЧЕННЯ ГОЛОВНОЇ ІДЕЇ.
- ПЛАНУВАННЯ ЧАСУ Й СТРУКТУРИ ВИСТУПУ.
- НАПИСАННЯ ПЛАНУ Й ПОВНОГО ТЕКСТУ.

| | 10-хвилинна презентація | Годинна презентація |
|---------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| Вступ | 1 хв. | 5 хв. |
| Розповідь про 3 основні пункти | 6 хв. (по 2 хв. кожен пункт) | 30-40 хв. (по 10-15 хв. кожен пункт) |
| Висновок | 1 хв. | 3-5 хв. |
| Питання аудиторії | 2 хв. | 10-15 хв. |

МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ

- ВАЖЛИВИМ Є УСТАТКУВАННЯ Й РОЗТАШУВАННЯ МІСЦЬ СЛУХАЧІВ.
- НА ПЛАНУВАННЯ РОЗТАШУВАННЯ СЛУХАЧІВ Й УСТАТКУВАННЯ ВПЛИВАЮТЬ ТАКІ ФАКТОРИ: КІЛЬКІСТЬ ПРИСУТНІХ, СКЛАД ПУБЛІКИ, РОБОЧИЙ ПРОСТІР, ВЗАЄМОДІЯ СЛУХАЧІВ ОДИН З ОДНИМ, ТРИВАЛІСТЬ ПРЕЗЕНТАЦІЇ, СТОЛИ, ПРОХОДИ ТОЩО.
- НА ЯКІСТЬ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ВПЛИВАЮТЬ ТАКОЖ ЗОВНІШНІ УМОВИ: ОСВІТЛЕННЯ, ТЕМПЕРАТУРА, ЯКІСТЬ ПОВІТРЯ, ШУМ.

НАОЧНІ МАТЕРІАЛИ

ТИПИ НАОЧНИХ МАТЕРІАЛІВ:

- *ТЕКСТОВІ* (ДОПОМАГАЮТЬ СЛУХАЧЕВІ СТЕЖИТИ ЗА ХОДОМ РОЗГОРТАННЯ АРГУМЕНТІВ, ЗАПАМ'ЯТОВУВАТИ);
- *ГРАФІЧНІ* (ІЛЮСТРУЮТЬ ГОЛОВНІ ПУНКТИ ВИСТУПУ, СТВОРЮЮТЬ ОБРАЗИ, ФОРМУЮТЬ ГЛИБШЕ Й ҐРУНТОВНІШЕ ВРАЖЕННЯ).
- НАОЧНІ МАТЕРІАЛИ ПОВИННІ БУТИ ДОСИТЬ ПРОСТІ. ТЕКСТОВІ ПОВИННІ СКЛАДАТИСЯ НЕ БІЛЬШЕ, НІЖ ІЗ 6 РЯДКІВ, НЕ БІЛЬШЕ, НІЖ ІЗ 6 СЛОВАМИ В РЯДКУ. ГРАФІЧНІ ЗАЗВИЧАЙ ЯВЛЯЮТЬ СОБОЮ ДІАГРАМИ, ГРАФІКИ, МАЛЮНКИ, СХЕМИ. МОЖУТЬ ВИКОРИСТОВУВАТИСЯ АУДІОЗАПИСИ, КОРОТКІ ТЕМАТИЧНІ ВІДЕОФІЛЬМИ.