

Prezentační dovednosti

1.1 Obsah

Při tvorbě prezentace, tak jak o tom mluvíme od začátku, je důležité myslet na příjemce. Při přípravě posuzujeme prezentaci očima toho, komu je určena. Pamatujte, že méně je více. Zachyťme co **nejjednodušším způsobem to nejdůležitější**, co chceme předložit. Zobrazme to podstatné.

Prezentace má sloužit porozumění a **zapamatování klíčových pojmů** z daného oboru a případně **znázornit souvislosti**. Má obrazem podpořit myšlenky.

Jaké jsou tedy znaky dobré prezentace?

- jednoduchost
- srozumitelnost
- čitelnost
- zaměření na cíl, zaměření na podstatné
- schopnost podporovat mluvené slovo, nikoliv rušit.

Kdo někdy pracoval s PowerPointem, ten ví, že v „menu“ tohoto programu jsou různé vzhledy podkladů, zrakové a sluchové efekty, typy písma a obrázky. Možností je mnoho.

Formální stránkou – vzhledem – se zabývejme, až budeme mít jasno v obsahu. Tedy nejdříve přemýšlejme „**CO**“ chceme posluchačům (příjemcům prezentace) sdělit, potom teprve „**JAK**“ vše nejlépe znázorníme.

Důležité je také znát cílovou skupinu – položit si otázku „**KOMU**“ budeme prezentovat.

Postup tedy bude následující:

- promyslíme si a v bodech napíšeme hlavní části naší prezentace, osvědčují se myšlenkové mapy,
- s odstupem času provedeme další kontrolu obsahu,
- projdeme si jednotlivé části a klademe si otázky:

Co tímto chci sdělit účastníkovi prezentace?

Směřuji ke stanovenému cíli?

- části upravíme a promyslíme si dílčí obsahy jednotlivých částí; opět se zaměříme na podstatné (PL č. 1, č. 2).

Na tvorbu prezentace a další materiály si ponechte dost času. Ze zkušenosti vás mohu ujistit, že to, co se vám zdálo podstatné včera, dnes může být trochu jinak. Vykrytaluje nám například vyjádření toho ještě podstatnějšího (zestručnění) a dnes to formulujete přesněji než včera.

Je také důležité vědět, s jakým očekáváním přicházejí účastníci prezentace.

Jiné očekávání bude mít

- **nadřízený**, který nám dal zpracovat koncepci nějaké rozsáhlejší akce.
- **návštěvník** konkrétního historického, hotelového nebo průmyslového subjektu (jako v uvedeném případě).
- **zákazník / klient**, který chce představit služby, které poskytujete.
- **kolegové**, se kterými pracujeme na společném úkolu.

Ve všech těchto případech je třeba se k prezentaci vracet a klást si již uvedené otázky:

- Co je cílem, co tímto chci účastníkům sdělit?
- Kam je touto prezentací chci posunout?
- Je to, co je uvedené v prezentaci, srozumitelné pro danou cílovou skupinu?