Я слышу — и забываю,
я вижу — и запоминаю

Конфуций

Эффективная презентация

Рекомендации к созданию

Компьютерная презентация - это

- это демонстрационные материалы (набор слайдов) для публичного выступления

1984

Боб Гаскинс

PowerPoint

Меньше — значит больше

Архитектор-минималист Людвиг Мисс ван дер Роэ

- чем меньше деталей оказывается перед зрителем, тем мощнее действует на него каждая из них
- задача слайда - акцентировать только самое главное

Этапы создания ЭП

- **Планирование презентации** - это многошаговая процедура, включающая определение целей, изучение аудитории, формирование структуры и логики подачи материала
- **Разработка презентации**
- **Репетиция презентации** – это проверка и отладка созданного продукта

Планирование презентации

Приступая к созданию презентации, необходимо представлять:

- каковы цели, которые вы хотите достичь в результате проведения мероприятия;
- какие задачи вам предстоит решить в ходе мероприятия;
- какова мотивация аудитории к тому, чтобы вас слушать;
- в каких технических условиях вы будете проводить мероприятие.

Планирование

- Определение целей
- Сбор информации об аудитории
- Определение основной идеи презентации
- Подбор дополнительной информации
- Планирование вступления
- Создание структуры презентации
- Проверка логики подачи материала
- Подготовка заключения

- По окончании моей презентации слушатели будут _____
- Цель моей презентации - _____
- Я буду говорить о _____ для того, чтобы _____

- Кто?
- Что?
- Где?
- Почему?
- Когда?
- Как?

Дополнительная информация

- примеры,
- сравнения,
- цитаты,
- открытия,
- статистика,
- графики,
- аудио и видео материалы,
- экспертные оценки.

Избегать

- извинений;
- длинных и медленных предложений;
- очевидных наблюдений;
- банальных вопросов;
- историй и анекдотов, не относящихся к предмету выступления

Изложение материала

- в хронологическом порядке,
- в порядке приоритета,
- в территориальном порядке,
- в тематической последовательности,
- структурируя его по принципу «проблема-решение».

Структура презентации

- горизонтальная логика выражается через последовательность заголовков слайдов;
- вертикальная логика должна просматриваться внутри каждого слайда.

Заключение

- яркое высказывание - переход к заключению;
- повторение основных идей презентации;
- подведение итогов;
- короткое и запоминающееся высказывание в конце.

Разработка презентации

Разработка презентации

осуществляется в программах:

Microsoft PowerPoint,

OpenOffice.org Impress.

Разработка презентации

В содержании слайда лучше визуализировать то, что трудно или невозможно описать словами.

Визуализатор

А	Р	К	А
Н	Л	Я	Р
И	Е	Л	Г
С	В	И	О

Визуализатор

Визуализатор идеи должен быть

- концентрированным
- расположенным ближе к левому верхнему углу
- большим
- контрастным
- вертикальным

Информационные блоки

- не должно быть слишком много (3-5)
- рекомендуемый размер - не более половины размера слайда
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющие друг друга

Информационные блоки

- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить
- располагать горизонтально
- связанные по смыслу блоки - слева направо
- наиболее важную информацию следует помещать в центр слайда.

Переработка текста в тезисы

До обработки

После обработки

Преобразование текста в таблицы

До обработки

После обработки

Видеоролики в сети Интернет — интерактивное взаимодействие с аудиторией и широкий охват

Критерии оценки / Типы рекламы	Имидж-ТВ	Имидж-Пресса	Имидж-Наружная	Имидж-Радио	Видеоролики в сети Интернет
Технические ограничения	Нет	Нет	Нет	Нет	Скорость подключения
Входная стоимость	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
Охват	Максимальный	Средний	Средний	Широкий	Широкий
Сфокусированность на целевую аудиторию	Размытая	Точная	Размытая	Размытая	Точная
Элементы воздействия	Динамика, звук	Статика	Статика	Звук	Динамика, звук
Взаимодействие аудитории с рекламой	Пассивное	Пассивное	Пассивное	Пассивное	Интерактивное

Преобразование цифр в диаграммы

До обработки

Прогноз развития медиа рекламного рынка России на период до 2010 года.
Медиа рекламные бюджеты, млн.долл.

Медиа сегменты	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Телевидение	1 240	1 700	2 300	2 950	3 700	4 500	5 200	5 850
Радио	155	200	250	300	350	390	430	460
Пресса	935	1 200	1 570	1 535	1 665	1 805	1 595	2 000
вкл. газеты	*193*	*250*	*300*	*343*	*370*	*393*	*420*	*445*
журналы	*350*	*470*	*590*	*703*	*805*	*913*	*980*	*1 055*
рекламные издания	*390*	*480*	*480*	*488*	*490*	*495*	*495*	*500*
Наружная реклама	530	710	925	1 100	1 200	1 300	1 350	1 390
Интернет*	18	30	50	85	140	235	340	500
Прочие	12	15	20	30	45	70	85	100
ИТОГО по рынку	2 890	3 555	4 915	6 000	7 100	8 300	9 300	10 500
* объем рынка Интернет-рекламы, включая контекстную рекламу, млн.долл.	30	50	85	140	230	350	500	700

Темпы роста рекламных бюджетов медиа сегментов, %.

Медиа сегменты	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Телевидение	34,8	37,1	35,3	28,3	25,4	21,6	15,6	12,5
Радио	34,8	29,0	25,0	20,0	16,7	11,4	10,3	7,0
Пресса	23,8	28,3	14,2	12,0	8,5	8,4	5,0	5,5
вкл. газеты	*18,2*	*28,2*	*20,0*	*15,0*	*7,2*	*6,8*	*6,3*	*6,0*
журналы	*34,6*	*34,3*	*25,5*	*19,3*	*14,2*	*13,7*	*7,1*	*7,7*
рекламные издания	*18,2*	*23,1*	*0,0*	*1,0*	*1,0*	*1,0*	*0,0*	*1,0*

После обработки

МАКЕТ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Используйте шаблоны
- Разделение на фрагменты
- Используйте заголовки
- Используйте подписи к рисункам
- Равновесие элементов
- Перемещение взгляда

ИЗОБРАЖЕНИЯ

- Геометрические фигуры
- Рамки
- Фон
- Маркеры
- Схемы и графики
- Рисунки и фотографии

СОПРОТИВЛЕНИЕ ВОСПРИЯТИЮ

- Интригующие предложения
- Вопрос
- Шутка

Таблица сочетаемости некоторых цветов (чем ниже строчка, тем хуже читаемость):

Цвет шрифта	Цвет фона
Фиолетовый, черный	Желтый
Зеленый, красный, синий, черный	Белый
Белый	Синий
Желтый	Черный
Белый	Красный
Белый	Зеленый
Белый	Черный
Красный	Желтый
Зеленый	Красный
Красный	Зеленый

ШРИФТЫ

- для заголовка – от 30 пт до 80 пт
- для подзаголовка – от 20 пт до 60 пт
- для основного текста – от 20 пт до 32 пт

ШРИФТЫ

- Шрифты с засечками **Times New Roman**
- Шрифты без засечек **Arial**

Verdana

АКЦЕНТЫ

- **Размером**
  - Основная мысль – больший размер
- **Цветом**
  - Акцентирование активным цветом

РАВНОВЕСИЕ СТРАНИЦЫ

- Абсолютная симметрия слева и справа от центра
- Элементы разных размеров, форм, цвета размещаются на разных расстояниях от оптического центра

СТИЛЬ

- **Одинаковый шрифт** Для заголовков и основного текста
- **Одинаковые приемы** Стрелки, рамки, штриховка, тон, фон и т.д.

Условия демонстрации

- проецирование на экран
- демонстрация по сети
- демонстрация на каждом компьютере с сопровождением учителя
- самостоятельная работа с презентацией

Виды презентаций:

- доклад (крупно, контрастно, структура)
- семинар (больше текста, простая навигация)
- раздаточный электронный материал (+дополнительный печатный материал)

Типы презентации (по степени оживляемости эффектами)

- **официальная презентация**

- строгий дизайн
- выдержанность
- единый шаблон
- от 10-15 сек до 40-60 сек на 1 слайд
- пропускать слайды можно … в середине презентации

Типы презентации

- **официально-эмоционально презентация** (для единомышленников и родителей)

  - официальный документ

  - эмоциональный настрой

  - разбить на части, выдержанные в разных цветах

  - эффект узнавания (чем дальше, тем больше эффектов и фотографий)

Типы презентации

- **«плакаты» и «тезисы»** (замена классной доски)

  - много иллюстраций
  - минимум подписей
  - краткие записи в заметках – для печати

Типы презентации

- интерактивный урок (в режиме диалога с аудиторией)

  - разветвлённая структура
  - объекты навигации
  - «защита от дурака»

Типы презентации

- «двойное действие»

- зрительно-образное восприятие (1 фото)
- слуховое сознательное (понимание речи)
- зрительное сознательное (чтение текста)

Типы презентации

- **информационный ролик** (для дня открытых дверей)

  - автоматический режим демонстрации
  - крупный текст информационно-рекламного характера
  - много фотографий
  - понятные заголовки
  - соотношение числа событий 1:2:3 на единицу времени

Правило семи (Ингве-Мюллера)

- Короткие фразы
- Количество тезисов – 7-9

Сохранение презентации

- В режиме демонстрации
- Как презентацию MS Power Point 2003
- Сокращать информационный объем

Репетиция презентации

Рекомендации

- Не используйте видео и звук
- Обработайте фотографии
- Используйте линейную структуру (без гиперссылок, управляющих кнопок)
- Связанные объекты предварительно сохраните в одной папке
- Используйте скромную анимацию
- Распечатайте презентацию (выдачи)
- Не читайте текст с слайда
- Настройте смену слайдов по щелчку или клавишам перемещения курсора (по времени строго в случае необходимости)
- Начинайте выступление (презентацию) с пояснения темы работы
- Стройте выступление последовательно, избегайте возвращения к уже показанным слайдам
- Каждый слайд (схема, диаграмма), содержащийся в презентации, должен быть пояснен

Основные клавиши управления презентацией

Клавиши	Действие
Пробел, стрелка вправо/вниз, PgDn, N	Переход к следующему слайду
Backspace, стрелка влево/вверх, PgUp, P	Возврат к предыдущему слайду
Номер слайда + Enter	Переход к слайду с указанным номером
B или точка	Черный экран / возобновить демонстрацию
W или запятая	Белый экран / возобновить демонстрацию
Ctrl + A	Указатель мыши в виде стрелки
Ctrl + P	Указатель мыши в виде карандаша
S или + на цифровой клавиатуре	Приостановить / возобновить автоматическую демонстрацию
Ctrl + H	Скрыть указатель мыши
Esc	Закончить демонстрацию
Пробел, стрелка вправо/вниз, PgDn, N	Переход к следующему слайду

Все гениальное – просто!