

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



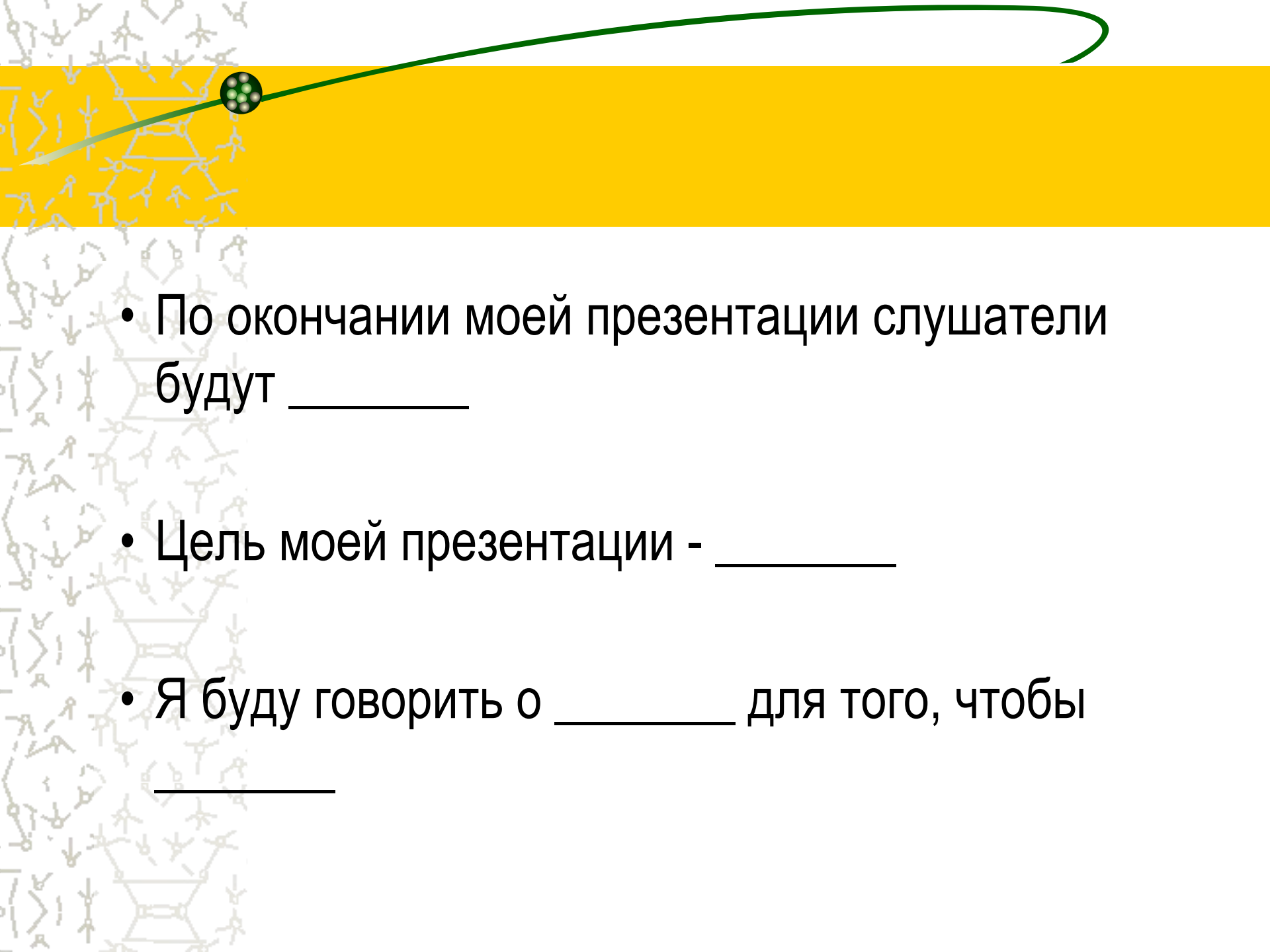
Приступая к созданию презентации, необходимо представлять:

- **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

2005 КОНВЕКТОРЫ • КОНВЕКТОРЫ



СЕРИЯ «НОВОТЕРМ»

Конвекторы серии «Новотерм» предназначены для отопления жилых и общественных зданий. «Новотерм» выпускается в настенном и напольном исполнении. Конвекторы выполнены из стальной бесшовной толстостенной трубы пластик оребрения, легкосъемных боковин и декоративной решетки, окрашены методом порошкового нанесения. Конвекторы серии «Новотерм» предназначены для установки в центральных и автономных системах отопления. Возможно использование конвекторов, как в одноструйных, так и в двухтрубных системах отопления. Использование при производстве «Новотерма» бесшовной толстостенной трубы позволяет приборам быть непроблемными в качеству воды, что положительно сказывается на сроке их службы.



Конвектора находят применение на различных объектах

Конвектор «Новотерм»:

- Коммерческая недвижимость среднего класса
- Жилое массовое строительство



Конвектор «Новотерм Lite»:

- Технические помещения
- Промышленные здания
- Лестничные пролеты
- Подсобные помещения
- Места, где внешний вид конвектора не имеет значения



Преобразование текста в таблицы

До обработки

После обработки

1

Сравнение типов визуальной рекламы
Мерчандайзинг: билборды

Плюсы:

- Высокая эффективность
- Высокая охватываемость
- Высокая запоминаемость

Минусы:

- Высокая стоимость
- Сложность измерения эффективности
- Сложность таргетинга

2

Сравнение типов визуальной рекламы
Телевизионные ролики

Плюсы:

- Высокая эффективность
- Высокая охватываемость
- Высокая запоминаемость
- Высокая таргетинговость

Минусы:

- Высокая стоимость
- Сложность измерения эффективности
- Сложность таргетинга
- Сложность измерения охвата

3

Сравнение типов визуальной рекламы
Размещение видеороликов в сети Интернет

Плюсы:

- Высокая эффективность
- Высокая охватываемость
- Высокая запоминаемость
- Высокая таргетинговость
- Высокая измеримость

Минусы:

- Высокая стоимость
- Сложность измерения эффективности
- Сложность таргетинга
- Сложность измерения охвата

4

Сравнение типов визуальной рекламы
Упаковка

Плюсы:

- Высокая эффективность
- Высокая охватываемость
- Высокая запоминаемость
- Высокая таргетинговость

Минусы:

- Высокая стоимость
- Сложность измерения эффективности
- Сложность таргетинга
- Сложность измерения охвата

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

| Критерии оценки | Имидж-ТВ | Имидж-Пресса | Имидж-Магazines | Имидж-Радио | Видеоролики в сети Интернет |
|--|--------------------|--------------|-----------------|-------------|-----------------------------|
| Телевизионное ориентирование | Нет | Нет | Нет | Нет | Скорость взаимодействия |
| Входная стоимость | Высокая | Низкая | Низкая | Низкая | Низкая |
| Охват | Максимальный | Средний | Средний | Средний | Широкий |
| Сфокусированность на целевую аудиторию | Размытая | Точная | Размытая | Размытая | Точная |
| Эффекты воздействия | Демонстрация, звук | Статика | Статика | Звук | Демонстрация, 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 | 1 370 | 1 535 | 1 665 | 1 585 | 1 395 | 2 000 |
| экв. газетам | 193 | 250 | 300 | 343 | 370 | 393 | 420 | 443 |
| журналам | 330 | 470 | 390 | 703 | 803 | 913 | 980 | 1 035 |
| рекламные издания | 390 | 480 | 480 | 489 | 492 | 499 | 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 | 3 855 | 4 915 | 6 000 | 7 100 | 8 300 | 9 300 | 10 300 |
| * 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 |
| экв. газетам | 18,2 | 28,2 | 20,0 | 13,0 | 7,2 | 6,8 | 6,3 | 6,0 |
| журналам | 34,6 | 34,3 | 25,3 | 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 – большой 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
- Обрабатывайте 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 |
| В 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!