

## Использование ИКТ технологий на комплексных занятиях в подготовительной к школе группе

Презентация является одним из наиболее эффективных способов привлечь внимание возможных покупателей и деловых партнеров на свой товар или услуги.

### Понятие презентации

“Презентация (от лат. Praesentatio) - общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного, например: книги, журнала, кинофильма, телепрограммы, организации.”

Презентации бывают следующих видов:

- Презентация общественной организации (фирмы, акционерного общества, корпорации и т.п.). По сути своей такая презентация является частью рекламной кампании организации.

- Презентация товара.

- Презентация проекта. Этот вид презентации наиболее требователен к форме подачи, содержанию и подготовке, т. к. предполагает убеждение аудитории в необходимости осуществления разработки или воплощения проекта.

- Презентация объема и содержания выполненных работ (отчет). Такая презентация менее требовательна к выполнению определенных правил подготовки и вполне может быть спонтанной, если необходимые данные у вас под рукой и содержатся в полном порядке.

- Презентация плана будущих работ. Такая презентация аналогична предыдущему виду презентаций, только объект здесь будущие работы организации или личности.

### Цели презентации

Поскольку существует много видов презентаций, их цели могут быть самыми разными. Основной целью является создание необходимого мнения у аудитории о фирме, марке товара, проекте и т.п. Ниже перечислены основные цели, преследуемые разными типами презентаций.

Создать благоприятный имидж фирмы в деловых кругах.

Проинформировать людей о каком-либо проекте, определить обратную реакцию к проекту, поиск заинтересованных в поддержке разработки и реализации проекта.

Проинформировать о марке, новом товаре или услуге на целевом рынке.

Сократить время, затрачиваемое продавцами для ответов на вопросы.

Достичь предпочтения марки, фирмы, товара (убеждение).

Увеличить посещаемость магазинов.

Достичь приверженности марке.

Напоминание о данной марке, стабилизация сбыта.

Поддерживать узнаваемость марки, фирмы, товара и образа.

### **Подготовка презентации**

От того, как подготовлена презентация, может зависеть успех коммерческого проекта, возможные контракты и в конечном итоге, прибыль.

Шаги по подготовке презентации следующие:

1. Анализ состава, цели, характера и состояния аудитории.
2. Планирование и развитие вступления, основной части и заключения для длинной формальной презентации.
3. Выбор, разработка вариантов использования демонстрационно-наглядных материалов.

### **Анализ цели**

- Мотивирование или развлечение. Аудитория в течении такой речи ведет себя пассивно. Если цель вашей презентации имеет такой характер, то необходимо тщательно подготовить лишь саму речь и не обращать особого внимания на подготовку к вопросам.

- Информирование или анализ. Когда цель вашей речи информирование или предоставление анализа, то такая презентация предусматривает взаимодействие с аудиторией.

- Убеждение или приглашение к сотрудничеству. Наибольшее взаимодействие предполагает презентация, целью которой является убеждение кого-либо принять участие в сотрудничестве по совместному решению проблемы.

- Зачастую речи и презентации используют несколько из перечисленных целей одновременно.

### **АНАЛИЗ АУДИТОРИИ**

- Аудитория - это еще один базовый элемент вашей презентации. Вы можете добиться лучшего результата, если будете знать характеристики будущей аудитории и используете полученные данные в подготовке к речи.

- Вот некоторые вопросы на которые желательно знать ответы перед презентацией:

- Будет ли аудитория в основной своей массе дружелюбна, безразлична или противна вашей точке зрения?

- Заботят ли их темы, через которые вы хотите убедить их принять участие в конкретном действии?

- Какой у аудитории уровень понимания, образованность?

- Сколько они знают о том, что вы собираетесь им преподнести?

- Знают ли они вас?

- Уважают ли они вас?
- Ответы на эти вопросы помогут вам выбрать лучший путь для проведения эффективной презентации.

### **Планирование презентации**

• Для максимального эффекта и достижения намеченных целей, после анализа аудитории необходимо приступить к разработке плана презентации, придавая этому ничуть не меньшее значение.

• Первый шаг - это определение главной идеи, вокруг которой и будет строиться ваша презентация. Главная идея должна быть связана с вашим объектом и должна служить стержнем, на который каждый присутствующий должен нанизывать получаемую от вас информацию. Ваша цель - разработать такую главную идею, чтобы сделать презентацию интересной для аудитории и сделать объект презентации для присутствующих таким же интересным, как он интересен вам.

• С хорошо разработанной главной идеей вашего выступления, можете приступить к планированию времени и структуры вашего выступления. Структура, которую вы утвердите для выступления, должна быть связана с целью, аудиторией, предметом презентации и от отведенного для выступления времени.

• Если у вас 10 или меньше минут для выступления, необходимо организовать его так, чтобы уместить основные пункты, следовательно, оно будет похоже на короткую выдержку из полной, развернутой презентации.

• Более длинные речи и презентации должны быть организованы как отчеты. Если ваша цель - развлечь, мотивировать или информировать, используйте естественный порядок в зависимости от объекта, жесткой структуры тут быть не может. Если же цель - анализировать, убеждать или склонять к сотрудничеству, организуйте презентацию вокруг основных аргументов, мыслей. Используйте натуральный порядок если аудитория дружелюбно настроена, восприимчива и наоборот - подходите к основным вашим аргументам аккуратно, если вы чувствуете сопротивление аудитории. Научитесь планировать свою речь так, чтобы рутинные блоки информации чередовались с интересными фактами статистики или историческими аспектами. Как только распланирована сама речь, можно более аккуратно спланировать необходимое для презентации время.

### **Использование наглядных методов и материалов**

• Наглядные материалы помогают как выступающему, так и публике запомнить основные пункты выступления. Большинство формальных речей и презентаций включают в себя использование наглядных пособий.

- Существуют два основных типа наглядных пособий:

- **Текстовые.** Помогают слушателю следить за ходом развертывания аргументов. Используют зрительную память аудитории, помогая при этом в запоминании.

- **Графические.** Иллюстрируют главные пункты выступления, создают образы, которые влияют морально и создают более глубокое и основательное впечатление от презентации. Помогают в запоминании.

- **Текстовые и графические наглядные пособия** должны быть довольно просты, т. к. зрители не могут одновременно и слушать оратора и воспринимать сложные наглядные пособия. Текстовые должны состоять не более чем из шести строк, не более, чем с шестью словами в строке. Они должны быть наглядны: написаны большими буквами и с использованием пустого пространства между ними. Графические обычно представляют собой диаграммы, графики, рисунки, схемы.

Знания теории презентации, а особенно навыки ее проведения обязательно пригодятся в карьере управленца или финансиста и стоят наравне с теорией и практикой работы с финансовыми инструментами. Презентация является средством для получения целевых кредитов, различного вида инвестиций, привлечения трудовых ресурсов.

Затем предлагалось посмотреть презентации «Космос» и «День Космонавтики» с последующим разъяснением.

### **Список использованной литературы**

1. Дейл Карнеги. /"Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей выступая публично"/М.: "Прогресс" - "ЮБЕК", 1993г.
2. Courtland L. Bovee, John Thill /"Business communication today" (second edition)/ McGraw-Hill, Inc., 1989. - 694с.
3. Evans Berman /"Marketing"(fourth edition)/ Colier McMillan Canada Inc., 1987. - 780с.