



Splošna navodila: Priprava predstavitve

Predstavitev opravljenega praktičnega usposabljanja je obvezna za vse študente. Vsaka predstavitev je strogo omejena na največ 5 minut, čemur lahko sledi še 5 minut razprave. Študenti imajo na predstavitvah naslednje obveznosti:

- izvedejo predstavitev,
- odgovarjajo na vprašanja,
- izpolnijo evalvacijsko anketo,
- poslušajo vse predstavitve kolegov in aktivno sodelujejo v razpravah.

Na začetku same predstavitve opredelite, kako ste opravljali prakso: v podjetju, prek projekta ali imate dodatno opravljeno seminarsko nalogo oz. ste se udeležili delavnic. Nato na kratko opišite vse vaše aktivnosti pri predmetu praksa, rezultate in pridobljene izkušnje, predvsem delo v organizaciji in pomembnejši vtisi iz delavnic. Pri predstavitvi štejeta inovativnost in domiselnost.

Skušajte se izogniti najpogostejšim napakam pri predstavitvah:

- prekoračitev predpisanega časa (5 minut je maksimum);
- preveč strani (5 je maksimum);
- črni tekst na temni podlagi;
- barvna ali drugače preveč pisana in s tem nepregledna podlaga;
- nepolna pisava (npr. Times New Roman);
- preveč vrstic na eni strani;
- branje z listkov ali iz zapiskov

Podrobna navodila za pripravo prezentacije

Nekaj nekaj opornih točk pri pripravah na predstavitev. Posebej smo pozorni na alineje, ki so označene z zvezdicami (*).

SPLOŠNO

- Prezentacija ni enostavna kot morda izgleda na TV. Dobrodošlo je sicer nekaj talenta, predvsem pa je potrebno precej prakse, najpomembnejše pa so priprave.
- Prezentacija je sicer v raziskovanju nesorazmerno pomembna - lahko naredimo sijajno raziskavo, pa jo s slabo prezentacijo povsem degradiramo. In obratno - z odlično prezentacijo lahko zakrijemo marsikatero šibko točko. Če smo za raziskavo porabili npr. več sto 100 ur, je zato smiselno porabiti za prezentacijo kako urico več. Verjetnost, da bo kdo bral naše poročilo, je zelo majhna, zato je prezentacija ciljni publiki izjemo pomembna.
- Prezentacija prvenstveno služi interakciji in ne enosmernem komuniciranju ali celo nastopaštvu. Čas razprave naj bo primerljiv s časom prezentacije; minimum je vsaj eno četrtino (15 minut vs. 5 minut).
- Običajne prezentacije: 5-10 minut, pomembne prezentacije: 30-60 minut. Toda tudi 3 minute je povsem dovolj, da skomuniciramo bistvene ugotovitve.

PUBLIKA

1. Pozornost hitro upade po 5-10 minutah.
2. Prezentacije za naročnika (npr. v marketinškem raziskovanju) so specifične - običajno je manj kot 10 poslušalcev in vsi so zelo motivirani ter problematiko dobro poznajo.
3. Sedežni red publike: če je mogoče v krogu.
4. Seznaniti se je treba vnaprej s publiko (interesi, število, strokovnost) in prilagoditi.

STRUKTURA

1. Dva osnovna pristopa:
 - poanta na začetku, sledi razlaga,
 - princip zgodbe: postopno se bližamo glavni poanti (bolj zahtevno).
2. Strukturiranje snovi: upoštevajmo drevesno razdelitev na tri na vseh korakih.
3. Upoštevamo uvod, jedro, zaključek.
4. Skrbimo za rdečo nit.
5. Priporočljivo je na koncu vrniti se na uvodni stavek ali misel.

PRIPRAVE

1. Priprave - ključ uspeha.
2. Bistveno: materijo moramo suvereno poznati.
3. *Predhodni preizkus prezentacije (stoje, na glas, v timing-u), sami ali še bolje z bližnjimi.
4. Razmerje: 3.5 ure priprave za 10 minut pomembne prezentacije (po tem, ko so vsa gradiva na voljo in zbrana).

UVOD

1. *Najprej se predstavimo, sledi navedba naslova oziroma vsebine ter kratek oris strukture prezentacije. Sledi sama prezentacija ter povzetek.
2. Včasih je primerna uvodna pritegnitev pozornosti (anekdota, živa predstavitev problema, dramatiziranje, napoved zgodbe, ...)
3. Če je mogoče, vnesemo malo humorja; potrebna pa je previdnost.

POTEK PREZENTACIJE

1. **Skrbimo za timing. Prekoračitev planiranega časa je nesprejemljiva.
2. Primerno je, da prezentacija poteka kot sproščen komentar vizualne predstavitve (prosojnice, ppt).
3. Le izjemoma si zapišemo oporne točke na kak poseben list ali listek (najbolje sicer na interno kopijo PPT) - in če že, naj bo to posebej razločno (da znamo v izpostavljeni situaciji hitro prebrati), npr. miselni vzorci, dodatni komentarji. V splošnem pa se temu izogibajmo in sledimo zgolj prosojnicam oz. ppt.
4. Čim manj formul in tehničnih elementov, zgolj če je res nujno in če bo publika zanesljivo razumela, sicer je to zelo neproduktivno, saj frustrira in vzpostavlja občutek, da gre za nerazumljive reči.
5. Čim manj kompleksnih in kompliciranih vsebin.
6. *Čim manj detajlov, ampak se koncentriramo na bistvo (big picture), umestimo ga v najširši kontekst, morebitni odločitveni problem naročnika oziroma poslanstvo celega projekta. Če gre npr. za študentski seminar, projekt, prakso ... izpostavimo kaj smo se naučili ipd..
7. Vse morebitne številke postavimo v nek kontekst, jih primerjamo, komentiramo, evalviramo.
8. Navajamo predvsem (nova in zanimiva) dejstva.
9. Ločimo dejstva od mnenj.
10. Navajajmo mogoče ugovore in omejitve.
11. Skrbimo za živahnost prezentacije - po potrebi interveniramo.

ZAKLJUČEK

1. Zaključek - okoli petino prezentacije.
2. Ob koncu se vrnemo na začetne obljube ali ideje.
3. Konec naj bo čim bolj formalen (zahvala ...).
4. Eksplicitno vzpodbujanje občinstva k vprašanjem.

VPRAŠANJA

1. Če je vprašanje iz publike, ga je najprej dobro ponoviti, da preverimo razumevanje.
2. Z osebo, ki vpraša, kontaktiramo spoštljivo in osebno.
3. Odgovarjamo avtoritativno.
4. Ne meglimo, če ne vemo.
5. Po odgovoru je dobro vprašati, če je to bil res odgovor.
6. Na provokativna vprašanja ne zaostrovati.
7. Pravilno ogovarjanje publike.

OSEBNOSTNI PRISTOP

1. Pozitivna nota v nastopu, pozitivno mišljenje.
2. Mi namesto jaz.
3. Skromnost, vljudnost.
4. Oseben kontakt (pogledi).
5. Absolutna suverenost, kompetentnost in avtoritativnost, ne pa tudi vzvišenost.
6. Prepričljivost, iskrenost.
7. Udarnost, nobenega opravičevanja za pomanjkljivosti (ki tako ali tako vedno obstajajo), posebej pa ne kakega uvodnega opravičevanja že kar v prvem stavku.
8. Konstruktiven poziv k akciji.
9. Publika naj odnese tudi občutek prijetnosti ("fun") in koristnosti.
10. Izogibamo se prehitremu govorjenju in preskakovanju tem.
11. Brez momljanja, brez ponavljanja besed, brez odvečnih besed.
12. Izogibamo se monotonosti.
13. Ne izogibamo se svojega dialekta (vendar z njim ne pretiravamo), bodimo naravni.
14. Oči: stik z občinstvom, opazovanje publike.
15. Ne pretiravajmo z gledanjem v oči, posebej se izogibamo koncentraciji le na eno osebo ali dve.
16. Naš izgled: urejen, predvsem pa naj ne krade pozornosti.
17. *Govorica telesa: sproščenost, bodimo to kar smo - to je v bistvu najbolj pomembno priporočilo za izvedbo prezentacije.
18. Uporabljajmo geste učinkovito, vendar ne teatralično.

TREMA

1. Trema - kaj priporočajo priročniki:
 - kontroliramo dihanje,
 - napnemo in sprostimo mišice,
 - sistematično odženemo škodljive misli, koncentriramo se na vsebino,
 - kozarec vode,
 - upočasnimo,
2. Nekateri svetovalci priporočajo nekaj fizičnega, npr. sprehod, posebej pa sproščajoče poskakovanje (npr. za odrom), če imamo za to seveda čas in prostor.
3. Ne pozabimo: publika je v bistvu na naši strani, želi da izpademo dobro, želi zvedeti nekaj zanimivega, kar jim znamo ponuditi, publika so normalni ljudje, taki kot mi.

TEHNIKA, PROJEKTORJI, IZROČKI

1. V kar največji meri uporabimo vso dostopno tehniko.
2. Uporabimo čim več pripomočkov (npr. tabla in prosojnice).
3. Predhodno se seznanimo s tehničnimi možnostmi.
4. **Pred predstavitvijo preverimo tehniko – zelo pomembno. (npr. Ali je moj notebook kompatibilen s projektorjem? Se moj disk ali USB sploh da prebrati?). Vsekakor že pred predstavitvijo preverimo delovanje projektorja in naložimo naše datoteke.
5. *Če publika nima raziskovalnega poročila, pa tudi sicer, je zelo priporočljivo razdeliti izročke (handouts) - stran ali dve osnovnih ugotovitev oziroma tabel (ali PPT izpis), kamor lahko poslušalci kaj zapišejo – vse to je izjemno učinkovito in dramatično poveča moč in učinek naše predstavitve. V primeru raziskovalnega poročila pa seveda publiki, če je to mogoče (imamo URL ali emaile) vnaprej in, če to poročilo obstaja vsaj v draftu, pošljemo dostop do poročila.

PROSOJNICE

1. Ena prosojnica (ali ena PPT stran) - v grobem in tipično traja 1 minuto, vendar lahko tudi do 3 minute na projektorju, skrajna spodnja meja pa je pol minute.
2. Običajno je torej prosojnic kolikor je minut, vendar so odkloni lahko veliki glede na tip in naravo prezentacije.
3. *Bistveno: ne beremo, ampak pripovedujemo prosto, sproščeno, komentiramo.
4. Na prosojnice običajno ne pišemo celih stavkov.
5. Odstraniti prosojnico takoj, ko ni več potrebna.
6. Če je možno - dva projektorja.
7. Vsaka prosojnica mora biti enostavna in samostoječa - doumeti jo moramo brez težav v pol minute.

8. V primeru kvalitativne študije citiramo izjave.
9. V primeru kvantitativne študije uporabljamo čim več enostavne grafike. Kompleksne in nepregledne tabele ali grafi z majhnimi črkami ne pridejo v poštev.*
10. Strukturni krogi (cca. do 6 krogov, od večjega k manjšem, urin kazalec).
11. Histogram (6-8 razredov, jasnost oznak, viri).
12. *Ne več kot 6-10 vrstic na prosojnico. Smiselno ne vključujemo tudi preveč grafike.
13. *Velikost črk: skrajni minimum 15 pt (bolj priporočljivo vsaj 18 pt), naslovi bold 22 ali 24.
14. Uporabljamo standardne polne fonte (torej npr. Ariel in NIKAKOR NE npr. Times new roman)
15. Profesionalnost prosojnic je dobrodošla (okvir, barve), predvsem pa kak logo projekta ali organizacije.
16. Ročno napisane prosojnice so včasih lahko bolj učinkovite kot računalniške. Občasno se namreč vrnejo trendi bolj osebnih prosojnic (vendar ne za področje marketinškega raziskovanja), čeprav je res, da je to lahko izjema v posebnih situacijah. Praviloma PPT.
17. *Vedno velja na kratko pogledati prosojnico, ki je na platnu, čeprav smo v celoti gledano seveda obrnjeni k publiki in NIKAKOR ne gledamo kar naprej k platnu ali sami prosojnici.
18. *Prosojnico kažemo na platnu, ne na projektorju ali monitorju (palica, lučka, roka).
19. Imejmo pri roki flomaster za prosojnice oziroma flomaster/kredo za dodatna pojasnila na tablo.
20. Papir, ki postopno odgrinja prosojnico, je lahko pod prosojnico. Podobno za navajanje najbolj pomembnih ugotovitev uporabimo dinamično prikazovanje alinej (PPT nastavitve).

PPT PREZENTACIJE

1. Če je le mogoče, preverimo, ali bomo predstavili res zadnjo verzijo PPT, če ni zadnja, so lahko posledice katastrofalne, zamenjava pa se lahko zgodi kar hitro, še posebej, če smo zaključevali v časovni stiski.
2. Smiselno velja upoštevati vsa splošna navodila za prosojnice.
3. Pri večjih prezentacijah se načeloma upošteva pravilo, da je podlaga temna, črke pa svetle. V manjših prostorih so lahko učinkovite tudi svetle podlage in temne črke.
4. Posebej velja upoštevati vse navedeno pri prosojnicah, tudi za velikost črk in naslovov, kar pa posebej prilagodimo prostoru, projektorju, platnu, publiki.
5. Siceršnja (default) opcija PPT je glede velikosti črk zelo v redu. Neproblematično je tudi manjšanje do 20 pt za črke notranjega teksta. Pri prezentaciji v malem prostoru z velikim platnom lahko uporabimo tudi manjše črke. *Uporabljamo polne fonte (npr. ariel, tahoma) in ne tankih npr. times.

6. Pri pomembnejših prezentacijah na konferencah posebej poskrbimo za dobro vidljivost (svetle črke na temni podlagi, tipski krepki fonti, velike črke vsaj 20-24pt, omejeno število vrstic na stran).
7. Primerno je, da imamo prezentacijo tudi na svojem zaslonu, da ni potrebno neprenehno obračati glave proč od publike z gledanjem projekcije. Gledamo torej monitor in predvsem publiko, le izjemoma samo projekcijo.
8. S ppt prezentacijo gremo lahko nekoliko hitreje kot s prosojnicami.
9. Pri pomembnejšem naštevanju velja upoštevati dinamične prikaze (slide-show); ni pa dobro pretiravati z dinamiko, npr. za vsak stavek posebej. V slide-show-u je primerno uporabiti opcijo »appear« in ne ostalih sofisticiranih načinov prikazovanja. Pri slide-show je primerno preveriti delovanje na računalniku, kjer poteka prezentacija. Učinki so namreč lahko drugačni kot pri našem domačem računalniku (posebej npr. zvok).
10. Nadvse koristno je razdeliti »handout« prosojnic, posebej v obliki, da publika piše nanje svoje komentarje. Pri tem uporabimo opcijo izpisa black/white in 6 prosojnic na stran. V določenih primerih je ugoden tudi izpis, ki pušča na desni prostor za komentarje.
11. *Nujno je imeti predstavitev na dveh virih (npr. na prenosnem disku, CD, USB ali nekje na internetu, npr. gmailu), pa tudi sprintano na prosojnice ali poslano na email z Web dostopom. Vedno moramo biti pripravljeni na možnost, da tehnika na določeni točki odpove.
12. Izjemno poživi prezentacijo, če v PPT uporabljamo (rdeče) obkrožitve ali puščice (pointer), da pokažemo npr. kako pomembno številko v tabeli.
13. Zahtevnejši uporabniki lahko izkoristijo opcijo HTML, ki omogoča drevesno strukturiranje predstavitev.
14. *Na zadnji prosojnici se:
 - zahvalimo za pozornost,
 - pozovemo k vprašanju in komentarjem,
 - navedemo svoj kontaktni naslov in (čim bolj enostaven) URL naslov, kjer je dosegljiv celotni PPT in morebitne ostale informacije.
15. Zagotavljanje dostopa do naše prezentacije, našega emaila in do ostalih dodatnih informacij na internetu (seveda je primerno imeti enostaven URL naslov ali enostavno iskanje z iskalniki) je danes pravzaprav neprecenljivo. Osebe, ki jih naša zadeva zanima, bodo tako imele vedno in povsod dostop do naše raziskave, ne da bi za to potrebovale našo prezentacijo arhivirati.

ŠE NEKAJ PRIPOROČIL

- V začetku je treba brez momljanja in izpuščanja jasno povedati kdo ste in za kaj se gre in kako paše ta prezentacija v celoten kontekst dogodka.
- Kazalo in strukturo prezentacije se pove jasno in tehtno.
- Zaključek mora biti posebej pompoznen, jasen in razločen, predvsem pa naštudiran, kjer se povzame bistvo. Pa tudi, kako je to umeščeno v celoten kontekst, še enkrat. Končni priokus je zelo pomemben.

- Če se le da, je primerno v toku prezentacije asociirati na sprotno dogajanje (kaj aktualnega, kaka časopisna novica, kaka zgodba ali škandal, ki pretresa to področje, kaka misel ali ideja od predhodnih govornikov)
- *Nobenih prosojnic se ne sme samo preleteti. Če ni časa ali ni pomembna, se izpusti.
- *Prosojnic naj bo čim manj - le najbolj tehtne. Nobene odvečne - vse naj bodo enako intenzivne. Izogniti se je potrebno hitenju. V 5, 10, 15 se da povedati, kolikor se pač da. Nikakor pa se ne da stisniti 30 minutne predstavitve v 5 minut - v takem primeru se je treba nekaterim (mnogim) zadevam odreči in se osredotočiti na bistvo, ki ga je treba posredovati z normalno hitrostjo.
- Govoriti je treba počasi in razločno.
- Po nekaj minutah, ko se zadeva ogreje in se dobi občutek za publiko, je koristno (ni pa nujno, še posebej če je malo časa) dati en naštudirani zabavni vložek, in od takrat so dobrodošli tudi spontani dodatki. Ne pa tvegati na samem začetku s kako preveč naštudirano zgodbo, če niste 100% suvereni in samozavestni.

IN ŠE ENKRAT - NAJBOLJ POMEMBNO je, da naštudiramo timing. Če ga ne, nas čakajo zelo neugodne zadeve:

- zmanjka nam časa in zato proti koncu zelo hitimo, tako da postane cela zadeva nerazumljiva in nezanimiva,
- v celoti tudi izgubimo čas za razpravo in feedback, ki pa je glavna poanta prezentacije,
- prisiljeni smo morda celo izpustiti določene vsebine (o čemer se moramo odločiti kar v živo, kjer se morda ne odločimo pravilno),
- zgodi se lahko celo neizmerna neprijetnost in zadrega, da nas opozarjajo in podijo ...
- A se morda sploh kdo spomni, da je bila kje kaka prezentacija prekratka? Vsi pa imamo zagotovo v spominu številne primere prekoračitve alociranega časa.
- Primerno alociranje časa oziroma primerne števila prosojnic je zato najpomembnejši vidik prezentacije: 10 ali 15 minut časa je v resnici ogromno in povsem dovolj, če je naša vsebina dozorela in smo se dobro pripravili - razen seveda če ne želimo povedati preveč, ne ločimo podrobnosti in precenjujemo pomembnost naše zadeve za publiko.