**ЛЕКЦИЯ 34**

**Тема:** стандарты построения презентации в зависимости от различных спецификации и требований к программному продукту

**Цель:**  подготовить презентации согласно стандартам.

Презентация является самостоятельной акцией, мероприятие по своей форме не что иное, как представление фирмы, новой продукции или услуги для приглашенной аудитории.

***Предметом презентации*** может быть открытие или создание фирмы, демонстрации новых достижений, нового имиджа компании.

***Смысл презентации*** - обеспечить благожелательный прием презентируемому новшеству со стороны общественности.

Как правило общественность на презентации представляют пресса и представители заинтересованных в предмете презентации групп и организаций. Именно их и следует в первую очередь убедить в достоинствах предмета презентации. Для этого обычно готовят пресс-релизы, слайды, видеосюжеты, развешивают схемы и диаграммы. Планируют краткие выступления как авторов, создателей новшества, так и специалистов, экспертов.

**Презента́ция** (—представление)—документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта)

**Виды презентаций**. В зависимости от того, что нам нужно представить, презентации можно разделить по разным основаниям на несколько групп.

***Презентации бывают следующих видов:***

1. *Презентация общественной организации* (фирмы). Целями такой презентации являются: создание имиджа фирмы среди деловых кругов, создание или воссоздание благоприятного образа фирмы, реклама имени фирмы. По сути своей такая презентация является частью рекламной кампании организации.
2. *Презентация услуги или товара*. Цели такой презентации ясны: создание знания о новшестве, товаре или услуге на целевом рынке, ознакомление потребителей с новыми возможностями и дополнительной полезной информацией.
3. *Презентация проекта.* Цель этого вида презентации - информирование людей о каком-либо проекте, определение обратной реакции к проекту, поиск заинтересованных партнеров и сотрудников в поддержке разработки и реализации проекта. Этот вид презентации наиболее требователен к форме подачи, содержанию и подготовке, т. к. предполагает убеждение аудитории в необходимости осуществления разработки или воплощения проекта.
4. *Презентация объема и содержания выполненных работ (отчет).* Цель -ознакомить, предоставить определенной узкой группе людей результаты работ. Такая презентация менее требовательна к выполнению определенных правил подготовки и вполне может быль спонтанной, если необходимые данные у вас под рукой и содержатся в полном порядке.
5. *Презентация плана будущих планов и работ*. Такая презентация аналогична предыдущему виду презентаций, только объект здесь будущие работы организации или личности. Целями её могут являться: информирование определенного круга лиц о намеченных планах, описание намеченных работ с целью подтверждения объекта презентации критическому анализу и изменению.

Большинство руководителей ***признают три общие цели публичного выступления***: проинформировать, убедить и развлечь. Большинство речей - это сочетание двух или более целей.

1. **Информативные**. Когда оратор пытается обучить своих слушателей или описать им что-либо, его цель - проинформировать. Лекция в учебном классе - это пример информативного выступления. Некоторые информативные речи предназначены для того, чтобы познакомить слушателя с чем-то абсолютно новым для него.
2. **Убеждающие.** Вторая общая цель - это убедить слушателя. Убеждающие выступления бывают разными.

7.1 Они варьируются от тех, которые пытаются изменить убеждения или отношение слушателя к предмету, до тех, которые пытаются заставить слушателей действовать определенным способом.

Убеждающие выступления предназначены для того, чтобы добиться скрытой или явной реакции. Скрытая реакция - это реакция, в соответствии со значением этого слова, не сразу раскрывается для выступающего или наблюдателя.

Оценка эффективности оратора облегчена, когда оратор ожидает явной реакции, которую можно наблюдать и оценивать.

1. **Развлекательные.** Третья общая цель публичных выступлений - развлечь, а, следовательно, ожидаемая реакция слушателей - удовольствие.Аудиторию можно развлечь не только прибегая к юмору, но и задействуя артистические способности или представляя вниманию слушателей яркие и неожиданные образы.

**структура презентации.**

   **Проведение презентации включает этапы**:

1. ***Определение цели*** ( или целей и их приоритетов):
	1. привлечение новых клиентов; формирование имиджа в деловой среде;
	2. привлечение новых партнеров, - поставщиков, потребителей, инвесторов
	3. , улучшение отношений с новой общественностью и/или администрацией.
2. ***Генерирование идеи*** (основного замысла) презентации и ее концептуализация.

определение места и сроков проведения, состава участников – хозяев и приглашенных; примерного бюджета. Лучше проводить презентации после обеда – в 15 часов. Длительность – 1,5-2 часа. После окончания коктейль или фуршет продолжительностью 1-2 часа.

*Приглашенным обычно рассылаются специальные приглашения с информацией, позволяющей гостю оценить целесообразность своего присутствия. В приглашении следует указать место, время (от и до) проведения презентации, программу, состав участников и гостей, а также ориентиры и способы достижения места проведения ( станции метро, транспорт*).

1. ***Разработка сценария (программы***). Открывает и ведет программу должностное лицо фирмы, представляющее ее собственной персоной.

Это может быть руководитель службы PR, или службы маркетинга.

Ведущий должен уметь хорошо говорить, иметь хорошую дикцию и уметь вести себя публично.    Возможный сценарий может строится по следующей схеме:

* 1. ведущий представляет руководителей фирмы присутствующим, и наоборот, - присутствующих отдельных наиболее интересных лиц всем остальным,
	2. показывается видеофильм длительностью 7-12 минут с сюжетами, отражающими инновационность, общественную значимость, актуальность, оригинальность, творческую / технологическую / научную / художественную новизну объекта презентации,
	3. ведущий просит представителей фирмы сделать краткие сообщения ( по 2-5 минут) по вопросам, потенциально интересным для присутствующих, показать (желательно в действии) продукцию фирмы, - *если не в реальном воплощении, то в макете, на диапозитивах / пленках с помощью проектора, другой демонстрационный материал,*
	4. представители компании-хозяйки отвечают на вопросы присутствующих,
	5. слово предоставляется гостям для выступления с замечаниями, комментариями, пожеланиями и поздравлениями,
	6. приглашенным вручаются подарки, сувениры, рекламные листки, памятки, значки,
	7. коктейль / банкет / фуршет а также развлекательная, менее формальная часть, предоставляющая приглашенным возможность установления контактов с представителями компании-хозяйки и друг с другом, неформального обмена информацией.

Установление таких контактов для многих участников может быть одной из основных целей посещения презентации.

*приема «стоя*», когда участники могут свободно перемещаться и общаться друг с другом. Прием с рассадкой ограничивает контакты участника соседом справа и слева на длительный период, что препятствует широкому и свободному общению участников.

**Структура информативной речи.**

   ***Любое выступление состоит из трех основных частей***:

1. **введение,**
2. **основная часть**
3. **заключение.**

**1**. У ***введения*** *две основные цели*:

1.1 установить контакт со слушателями и привлечь его внимание.

**2.Основная часть** сообщения имеет три элемента:

2.1 центральная идея,

2.2 основные мыли

2.3подтверждающие материалы.

***Центральная идея -*** это основная тема речи; оратор хочет, чтобы слушатели запомнили ее, даже если они забудут все остальное. Любая, даже самая сложная, *центральная идея должна быть ограничена одним предложением*.

После определения центральной идеи необходимо подкрепить ее в сознании слушателей.

***Это достигается с помощью основных мыслей***. Их должно быть несколько; для большинства речей достаточно четыре или пять.    Как только отобраны основные мысли, нужно найти способы, чем можно подкрепить их.

Среди методов поддержки чаще всего используются цитаты, примеры, аналогии и статистика.    Манера, в которой представляется начало речи, очень сильно повлияет на первое впечатление слушателей.

3.В **заключении** *речи следует снова коснуться центральной идеи*. Хорошее заключение показывает слушателям, что тема полностью раскрыта

**Контрольные вопросы**:

1. Что такое презентация?
2. Смысл презентации?
3. Виды презентаций
4. Цели презентации?
5. Структура информационной речи?

**Список использованных источников:**

1. Государственный стандарт Российской Федерации. Информационная технология. Сопровождение программных средств
2. Основы маркетинга учебное пособие Суркова Е.В.
3. https://studfiles.net/preview/2854926/page:2/