



Simonné Czibolya Erzsébet

Beszéd, előadás, prezentáció



A követelménymodul megnevezése:

Kommunikációs tevékenység gyakorlása

A követelménymodul száma: 1448-06 A tartalomazonosító száma és célcsoportja: SzT-010-50



BESZÉD, ELŐADÁS, PREZENTÁCIÓ

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

1. Protokoll ügyintézőként áll alkalmazásban egy kozmetikai termékeket előállító középvállalatnál. Felettese azzal bízta meg, hogy tartson egy előadást cége árukínálatának fejlődéséről azon a szakvásáron, amelyen legújabb termékeiket fogják bemutatni.

a) Írja össze azokat a feladatokat, amelyek az előadás elkészítésével kapcsolatosak!

b) Gondolja végig, és írja le a kijelölt helyre, hogyan készülne fel az előadás megtartására!

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Kevés az olyan ember, akinek soha életében nem kell közönség előtt beszélnie.

Vegyük csak az iskolát, ahol az osztály előtt kell felelni, vagy a szóbeli vizsgát, ahol a vizsgabizottság előtt kell számot adnunk tudásunkról. Munkahelyünkön is bármikor előfordulhat, hogy a többi kolléga előtt kell nyilatkoznunk, pl. értekezleteken, gyűléseken, sajtótájékoztatón, vagy éppen az a feladatunk, hogy potenciális partner vállalatok képviselőinek mutassuk be a céget vagy annak termékét. Nem kerülhetjük el, hogy valamilyen formában a közönség előtt szerepeljünk.

Ezek a helyzetek sok ember számára nagy problémát jelentenek, félnek a szerepléstől.

Ha körültekintően felkészülünk az adott témából, jól előkészítjük a körülményeket, s tisztában vagyunk vele, miféle hallgatósággal lesz dolgunk, kevésbé leszünk izgatottak a nyilvánosság előtt.

A KÖZÖNSÉG ELŐTTI MEGSZÓLALÁS TÍPUSAI

A közönség előtti megnyilvánulások mindegyike két nagy csoportba sorolható: lehet **előkészített** és lehet **rögtönzött**.

Az előkészített beszédnek tudjuk az időpontját, időtartamát, azt, hogy milyen hallgatóságnak, milyen célból fogjuk tartani.

A spontán megszólalásnál az időpont, a helyszín, az alkalom és a közönség ismert lehet, a pontos mondanivalót azonban az adott szituációhoz kell igazítani. Az ilyen jellegű beszédekre a rájuk vonatkozó protokolláris szabályok elsajátításával és szokásos tartalmuk megismerésével tudunk felkészülni.

Hozzászólás:

A hozzászólással értekezleten vagy előadáson a témával kapcsolatosan elmondjuk a véleményünket, ötletünket. Követelmény, hogy tartalma kapcsolódjon a témához, de ne ismétlje meg az elhangzottakat. Az elején szólítsuk meg az előadót vagy az egybegyűlteket.

Felszólalás:

A felszólalás nagyon hasonlít a hozzászóláshoz, azonban, mivel előzetesen felkészülünk rá, jól meg kell szerkeszteni, s célszerű a mondanivalóról vázlatot készíteni. Ügyeljük arra, hogy közlésünk ne legyen hosszú és semmitmondó!

Tájékoztató, nyilatkozat:

Az üzleti életben jellemző forma, melyet valamilyen fontos esemény vagy beszámoló alkalmával tartunk, sajtótájékoztatón, értekezleten, konferencián, gyűléseken.

A tájékoztató elején megszólítjuk a résztvevőket, vázlatosan ismertetjük a mondanivalót. Ezután történik a tájékoztatás, jól követhető, logikus sorrendben, amelyet összefoglalással zárunk.

Riport: legtöbbször egy újságíróval vagy riporterrel folytatott tájékoztató beszélgetés valamilyen vállalatra vagy annak tevékenységére vonatkozó témakörben. A kérdező és a válaszoló hivatalos stílusban társalog.

Üdvözlőbeszéd: szerepe az, hogy a vállalati protokolláris eseményeken köszöntse a vendéget vagy vendégeket, illetve bemutassa őket. Szerkezete hasonló a legtöbb beszédéhez: a jelenlevők üdvözlése után következik a vendégek üdvözlése és bemutatása, majd a rendezvény céljának ismertetése, végül az udvarias befejezés.

A **búcsúbeszéd:** felépítése hasonló az üdvözlőbeszédhez, elköszönéssel zárul.

A **pohárköszöntő** szerepe az étkezései rendezvényeken nagy. Sok vállalatnál a sikeres tárgyalás végét, a projekt befejezését, a vállalat születésnapját stb. szokás díszítkezéssel megünnepelni. A pohárköszöntő során megszólítják azt, akinek egészségére koccintanak, teljesítményét, elért eredményét méltatják, indokolják a köszöntést, majd emelik poharukat az illetőre. Ezután koccintás, majd a köszöntő viszonzása következik. Pohárköszöntőt mondhatnak arra az alkalomra is, amit ünnepelnek.

Az ünnepi beszéd: az ünnepek elengedhetetlen része. Mondhatja meghívott előadó, a díszvendég vagy a vállalati legfelső vezetés képviselője. Az ünnepi beszéd emeli az ünnep fényét, ezért nagy gondot kell fordítani megírására. Az ünnepi alkalmakon elmondott emlékező vagy dicsérő beszéd esetében a szónok feladata az értékelés, méltatás. Az ünnepi beszéd elsősorban a hallgatók érzelmeire hat.

A megjelentek üdvözlésével kezdődik, majd az alkalom méltatása következik. Ezután egy rövid történeti visszatekintés, a cég életéből vett történetek következnek. A befejezésben a jövőre vonatkozó elképzelések szerepelnek.

A beszámoló és jelentés: értekezleteken szokásos forma, melyhez hozzászólások, felszólalások kapcsolódhatnak. Részletesen megfogalmazott írásmű alapján történik, mert az adatok, a tények, azok rendszerezése, elhangzása nagy fontossággal bír. Értekezlet előtt egy rövid összegzés elküldhető a résztvevőknek. Elemző jellegű mű, statisztikai adatokkal, táblázatokkal. Elmondása során ügyelni kell a világos, szakszerű megfogalmazásra, érthető előadásra.

Elnöki megnyitót konferenciákon, üzleti találkozókra a program szervezőjének a képviselője vagy a felkért díszelnök mond a program megnyitása céljából. A beszéd elején a jelenlevők, majd az előadók üdvözlése történik, ezután a téma bemutatása, a találkozó, a rendezvény céljának ismertetése következik. Udvarias befejezés után felkérjük az első előadót előadása megtartására.

Vitára az üzleti tárgyalásokon az alkufolyamatok során kerül sor. Mindkét fél igyekszik álláspontját megvédeni, a megegyezés érdekében engedményeket tenni. Érveket, ellenérveket sorakoztatnak fel. Fontos, hogy a vita kulturált módon történjen, a résztvevők kerüljék a személyeskedést, az agresszió kialakulását.

Kereskedők, üzletkötők termékbemutató prezentációi a potenciális vásárlók számára kerülnek bemutatásra. Tulajdonképpen egy átfogó tájékoztatás a partnerek számára. Egy jól sikerült prezentáció nagyobb ismertséget, tekintélyt, nagyobb érdeklődést és forgalmat eredményezhet a piacon. A bemutatót a hallgatóság igényeinek megfelelően kell megtervezni, előkészíteni és levezetni.

A prezentáción sor kerülhet a termék tényleges bemutatójára is. Ez akkor hatékony, ha bevonjuk a résztvevőket is, pl. kipróbáltatjuk velük. Úgy szervezzük meg a bemutatót, hogy a termék előnyös tulajdonságairól a közönség is meggyőződhesen. A várható kifogásokat szőjük bele előadásunkba, s válaszoljuk meg azokat. A közönség kérdéseire, kifogásaira azonnal, konkrétan válaszoljunk.

A prezentációkon a résztvevők száma általában alacsony, 4-6 fő, így könnyen tartható szemkontaktus a hallgatósággal, reakcióit könnyű követni. Ezek függvényében gyorsan lehet változtatni a mondanivaló tartalmán, hosszán. Ilyenkor egy színes tájékoztató füzetet is át szoktak adni, hogy a később felmerülő kérdésekre is megkapják a választ az érdeklődők.

Olyan előadót ajánlatos választani, aki magas színvonalú szakmai ismerettel rendelkezik, jól ismeri az értékesítendő terméket, s meg tudja válaszolni a menet közben felmerülő kérdéseket. A befejező, utógondozási szakaszban kerül sor általában a konkrét kétoldalú üzleti tárgyalásokra. Ekkor lehet realizálni és továbbfejleszteni a bemutatón elért sikereket.

A cégismertető prezentációt üzemlátogatásokon, nyílt napokon a partnerek, valamint az érdeklődők számára készítik, és a rövid üzemlátogatást megelőzően mutatják be. Nagyon jól kell összeállítani, mert ez alapján alakul ki a látogatók első benyomása a cégről, és segítségével a később szerzett élmények jobban rögzülnek, az üzemlátogatás tudatosabb lesz.

A prezentáció tartalmazza a cég rövid történetét, üzleti filozófiáját, célkitűzéseit, referenciáit, valamint – a cég fejlődését, értékesítéseit szemléltetendő – néhány statisztikai adatot. Vizuális anyaga sokszínű, képek, animációk, filmek teszik szemléletessé a bemutatót. Cégismertető prospektust is kaphatnak a résztvevők.

A beszéd vagy előadás legfőbb jellemzői

(A beszéd, felszólalás, szónoklat, szónoki beszéd, előadás – szinonim fogalmak.)

Az előadás információk, elgondolások, ismeretek, új ötletek, áruk, technológiai megoldások bemutatásának eszköze. Alapvetően auditív, az előadó elmondja mondanivalóját, kevés a szemléltetés. Az előadás egyrészt a tények közléséből, másrészt érzelmi ráhatást biztosító eszközök alkalmazásából áll. A beszéd hármas tagolása a bevezetés, a tárgyalás és a befejezés. Időtartama 90 és 120 perc közötti. Rendszerint nem interaktív.

A prezentáció legfőbb jellemzői

A prezentáció szó bemutatást, demonstrációt, demonstrálást jelent. Célja kis és közepes létszámú hallgatóság meggyőzése.

A prezentáció alapvetően vizuális segédeszközök alkalmazásával juttatja el az információt a hallgatóságnak. Általában rövid, 15–20 perces. (Maximum 30–45 percre lehet tervezni, kivételes esetben 60 perces is lehet.) Jellemzője, hogy interaktív, a hallgatóság kérdéseket tehet fel, amit az előadó megválaszol. A prezentáció végén írásos összefoglalót is át szoktak adni a hallgatóságnak.

A kettő között a különbség a verbális és nem verbális közlés arányában van.

Mind a prezentáció, mind a beszéd célja, hogy előadója a hallgatóságot a saját nézőpontja mellé állítsa, saját gondolatainak megnyerje.

Az előadás, illetve prezentáció főszereplői: az előadó, a hallgatóság, a mondanivaló, azaz a beszéd és a vizuális, vagy más néven szemléltető eszközök.

1. Az előadó, a beszédet mondó személye

A közönség előtti megszólalás fő szereplője a beszélő. Akkor lesz sikeres az előadás, ha üzenetét a hallgatóság megérti, elfogadja.

Ennek alapvető feltétele, hogy a hallgatóság pozitív benyomást szerezzen az előadóról.

Lényeges ebből a szempontból a megjelenése, az előadásmódja, a témához való hozzáértése. Rendelkeznie kell bizonyos alapkészségekkel, és kellő magabiztossággal. Előadása csak így lesz a hallgatóság számára hiteles, meggyőző.

Bármennyi előadói tapasztalattal, bármilyen nagy szakmai tudással is rendelkezik, az alapos felkészülést soha nem hagyhatja ki egyetlen előadó sem. Az idő kitöltése, a helyes időbeosztás ellenőrzése, a téma elővezetésének fontossági sorrendje, hallgatósághoz igazítása, a vizuális eszközök alkalmazása vagy alkalmazhatósága minden esetben megköveteli az előzetes átgondolást.

Az előadónak tudomásul kell vennie azt a kutatások által megállapított tényt, hogy a prezentáció által keltett hatás elenyésző részét adják a kimondott szavak (kb. 7%), a többi az első benyomás, az öltözék, a testbeszéd, a hangszín, az előadó imázsának stb. függvénye.

Az előadó megjelenése alkalmazkodjon a rendezvény jellegéhez! Hétköznapi, hivatali rendezvényeken a hivatali öltözék a megfelelő, konferenciákon, ünnepségeken alkalmi öltözéket kell viselnie. Az előadó megjelenése ápoltságot, kellemes benyomást keltő legyen. Fontos a barátságos arckifejezés. Mindenképpen izgulunk a beszéd előtt, azonban próbáljuk meg egy őszinte, lehetőleg nem mesterkéltséggel kezdeni. Nagyon fontos a benyomáskeltésben a testtartásunk. Egyenesen, magabiztosan, kis terpeszben álljunk. Kerüljük a görnyedt testtartást, a kar mell előtti összefonását. Az sem jó, ha a túlzott lezserség látszatát keltjük, az asztalra támaszkodunk, vagy ha a kezünket zsebünkben tartjuk.

Pozitív lesz a fogadtatásunk, megszerezzük a hallgatóság bizalmát, illetve hisznek nekünk vagy bennünk, ha tartjuk vele a szemkontaktust. Nem veszi jó néven a közönség, ha az előadó elnéz a feje felett, vagy félrefordulva beszél.

A beszédtempóra is ügyelni kell. Akkor vesznek komolyan bennünket, ha nem hadarjuk el a mondanivalónkat, hanem természetesen, a hétköznapi beszéd tempójában fejtjük ki gondolatainkat. Nem túl megnyerő a lassú, vontatott beszéd sem.

Az előadó akkor lesz hiteles, ha önmagát adja. Ne legyen túl merev, de túl laza sem. A mozdulatlan előadó nem szimpatikus, de a le-föl járkáló, hadonászó, a közönség felé mutogató előadó sem.

A jó előadó felkészültsége és rutinja mellett mindig figyel hallgatósága non-verbális jelzéseire és kellő időben reagál ezekre.

Jellegzetes hibák, amelyeket az előadó el szokott követni: megjelenése nem az alkalomhoz illő, az előadásmódja halk, unalmas, monoton, nem figyeli a hallgatóság reakcióit. A közönség tagjaival nem létesít kapcsolatot, elfordul, elnéz felettük. Nincs önbizalma, elvész a részletekben, érvelése nem meggyőző. Így előadása hiteltelenné válik. Az is ronthatja beszédének hatékonyságát, ha nem tudja kezelni az eszközöket, vagy a napirendben szereplő időt túllépi.

2. A hallgatóság

Nem mindegy, kinek kell beszélnünk, mert a beszédet, előadást mindig a hallgatóság előismeretéhez, tudásszintjéhez kell igazítani. Ha ezt nem tesszük, feleslegesen fáradoztunk.

A hallgatóság érdeklődése, témával való azonosulása nagyon fontos, mert így be tudjuk vonni az előadásba, és nagyobb valószínűséggel érzük el azt, amit szeretnénk.

A közönség állhat szakemberekből, illetve a témához egyáltalán nem értő emberekből. Szakmailag hozzáértő közönséggel a tudományos és az üzleti életben találkozhatunk a leggyakrabban.

Végig kell gondolnunk, hogy mit, hogyan fogunk mondani, figyelembe véve a hallgatóság igényeit és attitűdjeit. Arra kell törekednünk, hogy a hallgatóság megértse mondanivalónkat, ezért, mielőtt megírjuk az előadást, tájékozódunk kell a hallgatóság összetételéről, beállítottságáról, értékrendjéről és az előadás körülményeiről.

A hallgatóság összetételének alakulásáról a következő információkat célszerű beszerezni:

- **A létszám** (nem mindegy, mennyi embernek kell beszélni). Kisebb létszám esetén közvetlenebb lehet a kommunikáció hangvétele.

- **A kor** szintén fontos: más stílusban beszélünk a fiatalokhoz, más stílusban az idősebbekhez. A hallgatóság neme oly módon befolyásol, hogy az érveinket, példáinkat ahhoz kell igazítanunk. A női hallgatóság nyitottabb az érzelmi megközelítésre, a férfiak jobban kedvelik a racionalitást.
- **A foglalkozás** befolyásolja az alkalmazható szakkifejezéseket, a felhozandó példákat. Iskolázottsága a magyarázatok szükségességét, illetve a beszéd nyelvezetét befolyásolja. Ismernünk kell még a hallgatóság anyagi és társadalmi helyzetét, kulturális hagyományait stb. is.
- **A beállítottság és értékrend** vizsgálata kiterjed a hallgatóság vallására, előítéleteire, politikai beállítottságára, értékrendjére, érdeklődési körére, motiváltságára és társas viselkedésük normáira. Ez utóbbiak a beszédben tervezett példák, utalások miatt érdekesek, arra kell törekednünk, hogy azok ne sértsék érzékenységüket, ne legyenek sértőek.

Tudnunk kell azt is, hogy milyen alkalomból kell az előadást megtartanunk, mi a célja a rendezvénynek annak a szervezetnek, aki felkért bennünket. Milyen előzetes tudása van a megjelenteknek a témáról, milyen előadás után következünk, mi az, amit hallani akarnak, illetve milyen a hozzáállásuk az előadás témájához, illetve az előadóhoz.

Az előadás során folyamatosan figyelemmel kell kísérni a hallgatóság viszonyulását az előadáshoz, s rugalmasan alkalmazkodni ehhez. Ha látjuk, hogy lankad a figyelmük, mondjunk el egy anekdotát, vagy odaillo viccet, mutassunk be egy érdekes képet, statisztikai adatot stb.

3. A vizuális eszközök szerepe

A szemléltetőeszközök a mondanivalót többletinformációval segítik. Vannak látható (kép, ábra), hallható (hangfelvételek), látható és hallható (filmek), illetve kézbe vehető, kipróbálható modellek.

Az eszközök felhasználásának célja lehet a meghökkentés, drámai hatás keltése (pl. egy sokkoló képpel), magyarázatok alátámasztása (pl. egy filmmel, amely segíti a megértést), vagy a mondanivaló rendezését szolgálja, például folyamatábra segítségével.

Ma már alap szemléltetőeszköz a számítógép és projektor, mellyel komplett multimédiás bemutató készíthető. A PowerPoint program támogatja a szemléltetést.

Hasznos eszköz a flipchart tábla is, mely jól alkalmazható a hagyományos tábla helyett, lapjai letéphetők, felragaszthatók, lapozhatók.

A szemléltetést szolgálják a hallgatóság részére készített összefoglalók (hand-out), vázlatok, emlékeztetők is.

AZ ELŐADÁS, A BESZÉD SZERKEZETE

Előnyös, ha előadásunk nem egy monológra, hanem egy párbeszédre emlékeztet.

A fő üzenetet kell hangsúlyoznunk, nem szabad a részletekben elvesznünk, mert különben nem biztos, hogy eljut a hallgatósághoz az az üzenet, amit szerettünk volna. Vegyük figyelembe a beszéd megírásánál azt az arany szabályt, hogy a kevesebb gyakran több.

Állítsuk fel mondanivalónk fontossági sorrendjét, s csak annyit mondjunk el előre megtervezett gondolatainkból, amennyit a hallgatóság be tud fogadni.

A beszéd általában három részre tagolható. Az első részben elmondjuk, miről fogunk beszélni, majd elhangzik a téma, s végül összefoglaljuk azt, amiről szoltunk.

Az előadás tagolása:

1. Nyitás, bevezetés

Amennyiben nem mutattak be bennünket, célszerű a bemutatkozással kezdeni. A nyitó mondatok célja a hallgatóság megnyerése.

Már az első néhány másodpercben kiderül, sikerül-e, vagy sem. Törekednünk kell arra, hogy megjelenésünk, viselkedésünk megnyerő legyen. Beszéljünk hangosabban, mint szoktunk, tűnjünk magabiztosnak. Fontos, hogy arckifejezésünk barátságos legyen, s ha tudunk, indítsunk egy mosollyal.

A bevezető mondatok célja a közönség figyelmének felkeltése mondanivalónk iránt. Ez elérhető egy kérdés feltételével, egy történet elmesélésével, vagy egy hihetetlen, netán sokkoló tény, adat ismertetésével.

Ebben a szakaszban érdeklődést, várakozást kell kelteni. Az előadó már a nyitásnál legyen lelkes, látsszon, hogy a téma elkötelezettje. Nagyon fontos a szemkontaktus, a természetes beszédstílus, az érthetőség.

A kapcsolatteremtés érdekében éreztetnünk kell a hallgatósággal, hogy fontos számunkra (például: Köszönöm, hogy az esős idő vagy a nagy havazás ellenére eljöttetek...). Jó hatású az is, ha finoman éreztetjük, hogy nagy szakmai múlt áll mögöttünk (például: Úgy látom, sok régi kollégám tekint rám a széksorokból...).

A témát, amiről az előadás fog szólni, úgy fogalmazzuk meg, hogy az igazodjon a hallgatóság igényeihez (például: remek üzleti lehetőség, jelentős költségcsökkentő módszer...).

A bevezetésben vázoljuk fel az előadás gondolatmenetét, esetleg vizuálisan is bemutatathatjuk azt.

2. A témakifejtés:

A témakifejtésben a hallgatóság igényéből indulunk ki, ezután vezessük elő az általunk javasolt megoldásokat. Hatásukat növeli, ha bemutatjuk, hogyan szolgálják ötleteink az ő érdekeiket. Az előadás nem felolvasás!

Az egyszerűen, rövid mondatokban megfogalmazott mondanivalót logikusan adjuk elő. Árubemutatásnál például a felsorolt egyik előnyből logikai úton vezessük le a következőt. Próbáljunk minél egyszerűbben, választékosabban beszélni. Ha valamilyen kevésbé ismert szakkifejezést vagy idegen szót kell használnunk, magyarázzuk meg.

A lényeges részek között hagyjunk kis szünetet. Ha előadásunk több témakört érint, mielőtt áttérünk a következőre, foglaljuk össze röviden a lényeget. Az előadás jellegének függvényében megkérdezhetjük, van-e kérdés az elhangzottakkal kapcsolatban.

Ha vizuális eszközöket is alkalmazunk, ügyeljünk arra, hogy jól láthatóak legyenek, kevés szöveget tartalmazzanak.

Felkészültségünket, tárgyilagosságunkat bizonyítja az, ha nemcsak a pozitívumokról, hanem a negatívumokról is beszélünk, valamint, ha a lehetséges ellenvetésekre is felkészülünk, s meg is válaszoljuk azokat.

3. Összegzés

Ebben foglaljuk össze, honnan hová jutottunk el a téma kifejtése során, visszautalunk egy-egy momentumra. Vessük fel azokat a kérdéseket, amelyeket érdemes továbbgondolni. Vonjuk le a tanulságokat, a következtetéseket.

4. Lezárás és búcsú

Az előadás hatását növeli, ha a befejezés frappáns, vagy valamilyen cselekvésre ösztönöz. Ezután megköszönjük a figyelmet, majd a stílusos búcsúzás következik.

Összefoglalva:

A jó előadás rövid, lényegre törő, megmagyarázza a helyzetet. A középpontba az előremutató ötleteket helyezi, javaslatot ad a megoldásokhoz. Fontos az is, hogy élvezetes legyen, élményt nyújtson, ami szellemességgel, a humor megfelelő helyen történő alkalmazásával, anekdoták, személyes történetek mesélésével érhető el. Természetesen ügyelni kell arra, hogy a hallgatóság fogékony legyen ezekre, illetve, hogy szorosan kapcsolódjon a témához, ellenkező esetben nem a kívánt eredményhez vezetnek. Akkor igazán hatásosak, ha időzítésük megfelelő, és spontán alkalmazzuk. A humorral vigyáznunk kell, nem szabad túlzásba vinni. A közönség kigúnyolását kerülni kell.

Színesen, érdekesen, a természetes élőbeszédhez hasonlóan fejtsük ki gondolatainkat! Jó, ha a hallgatóság minden egyes tagja úgy érzi, hogy hozzá beszélünk.

AZ ELŐADÁS FOLYAMATA

a) Felkészülés

1. A cél, téma, időtartam meghatározása

Az előadás célja lehet oktatás, tájékoztatás illetve meggyőzés. Témája alapján tudományos, ismeretterjesztő vagy hétköznapi, például árubemutató előadás. Időtartama változatos, a céltól, a körülményektől, a rendezvény jellegétől függően. Lényeges az időzítése is, ebben a hallgatóság figyelméhez, mentális állapotához kell igazodnunk. A legalkalmasabb időpont a délelőtt 10–13 óra, vagy a délután 15–17 óra.

A célt világosan kell meghatározni egyrészt önmagunk, másrészt a közönség számára is: mit, miért mondunk, milyen hatást akarunk elérni. Ezt a célt a beszéd megírása során végig szem előtt kell tartani.

2. A hallgatóság megismerése: létszámát, összetételét ismerni kell. Az előadást alapvetően a hallgatóság többségének igényeire kell építeni, de célszerű felkészülni az egyedi igényekre is.

3. A helyszín feltérképezése: az alkalmazható technikai, szemléltetési lehetőségek, a fényviszonyok, berendezés elrendezése, az akadálytalan mozgás lehetősége miatt fontos.

4. A beszéd szerkezetének megtervezése, megírása

A legelső teendőnk az előadás anyagának különböző forrásokból történő összegyűjtése, majd rendezése. Ezt nagyban segíti az előzetesen elkészített vázlat. A vázlatírás több szempontból is hasznos: segíti az alapgondolat egy meghatározott logika szerinti kifejtését, az előadás felépítését, a beszéd elmondásakor a hallgatóság tájékoztatását a témáról.

A beszéd megírása szövegszerkesztővel történik a számítógépen, melynek segítségével a beszéd témájának logikai sorrendbe rendezése jól megoldható. A Wordben a helyesírás javítása is egyszerűbb, a helyesírás-ellenőrző program segíti. Ha kétségünk támad, a Magyar Helyesírási Szótárból tájékozódhatunk. A szöveget érthetően írjuk meg, rövid mondatokat alkalmazva. Kerüljük a szó- és fogalomismétléseket.

Az előadás gondolatmenete általában lineáris, tartalma logikai sorrendben kerül ismertetésre. A beszéd előadásához is célszerű vázlatot készíteni.

Az előadáshoz használatos vázlat hossza az előadás hosszához igazodik, a lényeges tényeket, adatokat tartalmazza. Célszerű benne feltüntetni az illusztráció szövegbe illesztését, az idézeteket, fontosabb tényeket, adatokat.

A prezentációról nyomtathatunk emlékeztetőt, vázlatot, ehhez fűzhetjük az elmondásra szánt megjegyzéseket.

5. a vizuális eszközök elkészítése, előkészítése

Az előadás minőségét jelentősen javíthatják a jól megválasztott szemléltetőeszközök. Segítségével világosabbá, érthetőbbé tehetők a magyarázatok. Fokozhatják az érdeklődést, változatosabbá teszik az előadást. Megfelelő hangulatot teremtenek, hatásuk lényegesen tovább tart, mint a szavaké. A szavak és a kép kölcsönös kiegészítése, a két egymástól független csatorna elősegíti az emlékezetbe vésést és a felidézést.

A vizuális segédeszközöket felhasználhatjuk tények, adatok szemléltetésére, információk összehasonlítására (ábrák, táblázatok, grafikonok), élethű ábrázolására (képek), bonyolult dolgok megvilágítására (folyamatábrák, vázlatok), fontos információk megerősítésére (számok, idézetek).

Nem segíti a mondanivaló megértését, ha nem megfelelő a kiválasztott eszköz, például torzítja a valóságot, az összefüggéseket zavarosan jeleníti meg, vagy az előadó rosszul használja (például nem jól látható az ábra, vagy a közönség nem kap elég időt a tanulmányozására stb.).

Az előadás elpróbálása: vagy egy szűkebb hallgatóság (barát, család) jelenlétében, vagy a tükör előtt történjen. Előnye, hogy kiderül a beszéd érthetősége, az időtartama, illetve fény derülhet a nem megfelelő non-verbális jelzéseinkre (testtartás, hadonászás, merevség stb.) Jó alkalom a szövegmemorizálásra is. Fontos, hogy az előadáson ne a beszéd teljes szövegét használjuk, mert az óhatatlanul felolvasáshoz vezet. Ez unalmas, hiteltelen, kevésbé meggyőző.

A próba során tehát visszajelzést kapunk, korrigálhatunk, s ahogy egyre jobban megy az előadás, úgy leszünk egyre kevésbé idegesek, ugyanakkor egyre magabiztosabbak.

A próba lehetőséget ad arra is, hogy meggyőződjünk arról, hogy az előadás kitölti-e a szükséges időtartamot. Ha rövidebb vagy hosszabb a kelleténél, még van lehetőségünk a korrigálásra.

Ha a terjedelem időben megfelelő, következhet a szöveg megtanulása, a hangerő, a hangsúly, a hatásszünetek, a gesztusok, a testtartás stb. begyakorlása.

b. Az előadás megtartása: jegyzetek segítségével, jól hallhatóan mondjuk el gondolatainkat. Sem a túl halk, sem a túl hangos beszéd nem jó. Idegességünket hangunk is jelzi! Hogy ez kevésbé észrevehető legyen, célszerű mély légzésekkel oldani a feszültséget. Ne akarjuk szóról szóra elmondani a leírtakat, beszéljünk szabadon, a vázlat segítségével!

c. A kérdések megválaszolása: minden kérdést komolyan és örömmel kell venni, és meg kell válaszolni. Ne beszéljünk mellé, a kérdésre válaszoljunk, és győződjünk meg arról, hogy elfogadták-e a választ. A kényesebb kérdést ismételjük meg, ezzel időt nyerünk, átgondolhatjuk a választ. Nézzünk arra, aki kérdez, de az egész hallgatóságnak válaszoljunk.

d. Utómunkálatok: elemzés, értékelés: végig kell gondolni, mi volt a jó, mi volt a rossz, melyik érv volt jó, melyik nem stb.

A PREZENTÁCIÓ

Az üzleti életben ma már jobban elterjedt a prezentáció, mint az előadás, ezért jó, ha alaposan megismerjük készítésének szabályait.

A prezentációban a vizualitás kerül előtérbe. A dián lévő szöveg, az előadó szóbeli magyarázat kisebb jelentőségű, mint az előadásnál. Készítésénél tehát a vizualításra kell a hangsúlyt helyezni.

Az előadás megírása Word dokumentumban történik. Ebből kell létrehozni egy PowerPoint állományt, majd a diákhoz képeket kell adni. Az előadás során pedig magától értetődően kell elmondani a szöveget, hangsúlyozni és vizuálisan szemléltetni a lényegét.

A prezentáció készítése során három szempontot kell szem előtt tartani:

1. Az új információk olyan mennyiségét kell megtalálni, amely nem okozza a hallgatóság munkamemóriájának túlzott leterhelését,
2. Nem okozza a vizuális és verbális csatorna egyidejű igénybe vételét,
3. A hallgatóság munkamemóriáját segítsük abban, hogy az információkat a hosszú távú memóriába elraktározza.

Így az előadás után a hallgatóság pontosan arra fog emlékezni, amit az előadó eltervezett.

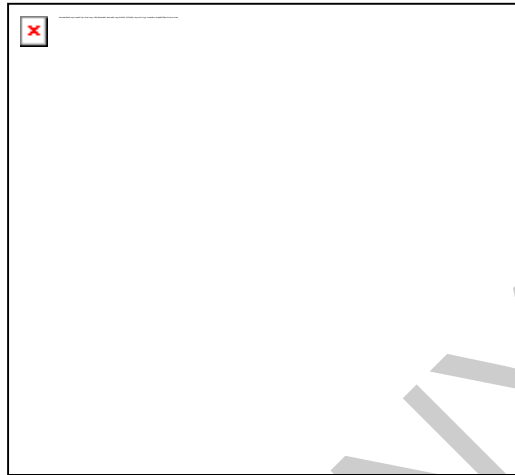
Az új információk befogadása ugyanis a következőképpen történik:

Az emberi memóriának három típusa van. A szenzoros memória rövid ideig, néhány másodpercig tárolja az első képi- és hangbenyomásokat, kapacitása viszont korlátlan. A hosszú távú memória az információkat 30 másodperctől akár ez emberi élet végéig tárolja.

A prezentációval az a célunk, hogy az új információk ebben a részben tárolódjanak. Ennek a résznek ugyanis az az előnye, hogy kapacitása szintén korlátlan, és az információkat változatos módon tudja alkalmazni. A harmadik, a munkamemória (vagy rövid távú memória) az információáramlás átmeneti területe, azok az információk jutnak át rajta, amelyekre az ember felfigyel. Az információknak tehát csak egy részét tárolja, majd ezeket a hosszú távú memóriába integrálja, ahol egy meglévő ismerethez kapcsolja az újat. A munkamemória kapacitása a másik kettővel ellentétben rendkívül korlátozott. Ez a memória „szűk keresztmetszete”, a „leggyengébb láncszem”. Ezt kell figyelembe venni előadásunk megtervezése során. Ha ugyanis több új információt adunk, mint amennyit a munkamemória kezelni tud, túlterheljük, csak azok elenyésző része fog átjutni ezen a szűk keresztmetszeten. Ezért a „kevesebb néha több” elvét kell alkalmaznunk, arra kell törekednünk, hogy az információkat feldolgozható adagokban adjuk, a lényegre összpontosítsunk, biztosítsuk a vizuális és a verbális információ összhangját.

Mayer kutatásai igazolták a munkamemória felesleges megterhelésének hatását. Két multimédiás bemutatóval végzett kísérletet. Az egyik bemutató tele volt érdekes képekkel, de azok nagy része nem kapcsolódott szorosan a tárgyhoz. A második bemutatóban ugyanazokat az információkat ismertette az előadó, de itt már csak a tárgyhoz tartozó képekkel illusztrálva.

Mayer két szempontból vizsgálta a hallgatóságra gyakorolt hatást, az egyik a hallgatóság emlékezetére, az információk visszaidézésére, a másik az átvitelre, az új információk kreatív alkalmazásának képességére vonatkozott. A mérések során megállapították, hogy a második előadást megtekintő hallgatóság 69%-kal több információra emlékezett, és 105%-kal kreatívabb megoldásokat adott, mint az első előadást hallgatók.¹



1. ábra. A memóriák típusai és működésük

Tanácsok a hatásos prezentáció készítéséhez:

A prezentáció készítéséhez a PowerPoint programot használjuk. Három nézet segítségével dolgozhatunk: a Diarendező, a Jegyzetoldal és a Normál nézet segítségével. A Diarendező nézetben az összes diaminiatúr látható, a Jegyzetoldal nézet két részre oszlik, felül található a diamező, amelyet kivetítünk, az alsó részen található a kapcsolódó szövegmező, ahová a magyarázó szöveget írhatjuk.

A PP prezentációk készítésénél is célszerű a prezentáció céljából és a hallgatóság jellemzőiből kiindulni.

A prezentációval **az a célunk, hogy a hallgatóság arra emlékezzen, amire szeretnénk**, amit elterveztünk. Megértsék mondanivalónk lényegét, s a prezentáció után szándékainknak megfelelően alkalmazzák. Ehhez figyelembe kell vennünk, hogy az emberi elme hogyan fogadja, dolgozza fel, és tárolja az információkat.

Előadásunk készítése során arra kell törekednünk, hogy az új információk a hosszú távú memóriába kerüljenek. A rengeteg közölt információt a munkamemória korlátozza, ezért szelektálni kell az információkat: csak annyit célszerű bemutatni, amennyi ezen a szűk keresztmetszeten átjuthat.

¹ Forrás: Cliff Atkinson: Ne vetíts vázlatot! A hatásos prezentáció Szakkiadó, 2008., 35. oldal

Az előadás készítésekor **az információkat feldolgozható adagokban kell nyújtani**, hogy a hallgatóság könnyebben felfogja és raktározza. Az emészthető adag, tömb, egy-egy dia, mely egy fő gondolatot tartalmaz, s azt a címsor fogja össze.

Az előadás felfogását segíti az is, ha **vizuális utalásokkal beazonosítjuk a prezentáció főbb részeit**, például úgy jelezzük az egyes részek képbeli és szóbeli összetartozását, hogy azonos hátteret és elrendezést alkalmazunk. Újabb résznél az elrendezés és a háttér is változik. Nagyon jól meg tudjuk oldani ezt a feladatot a Diarendező nézetben. Az ily módon szerkesztett diák jelzik, hol tartunk a prezentációban, a vizuális sokszínűség pedig segíti a hallgatóság érdeklődésének fenntartását.

Az üzleti életben a vállalatok az előre elkészített tervezősablonokat szokták használni, amely a cég arculatát hivatott reklámozni, a prezentációk egységes megjelenését biztosítani, azonban ezzel csökkentik annak hatékonyságát. Az egységes háttér alkalmazásával nem emelhetők ki a fontosabb információk, a prezentáció monoton lesz.

Minden diának legyen címsora. Az előadás során a dia jelenti a vizuális csatornát, az előadó által mondott kísérőszöveg pedig a verbális csatornát. A Jegyzetoldal nézetben a diamezőt a közönség látja, a képernyőn kívüli mező pedig azt a kísérőszöveget tartalmazza, amelyet a dia vetítése közben mondunk el.

A kísérőszöveg mező tölti be a jegyzetpapír szerepét, összekapcsolja a szöveget a vetített képpel, megjegyezhetővé teszi a mondanivalót. **Ne írjuk le előadásunk teljes szövegét a diára**, mert ezzel mindkét csatornán ugyanazt az információt küldjük, így a munkamemória kapacitását csökkentjük. Inkább arra törekedjünk, hogy ugyanazt az információt többféleképpen mutassuk be, mert az hatásosabb.

A látható diaterületre nem kerülhet túl sok szöveg, mert az elvonja a hallgató figyelmét a verbális közléstől. Ezt úgy kerülhetjük el, ha először a kísérőszöveget készítjük el, s csak utána írunk a látható mezőbe. Ennek előnye, hogy a kép, grafika stb. összhangban lesz a mondanivalóval, a diára kevesebb szöveg kerül, így egyszerű és áttekinthető lesz. Ezzel a megoldással a hallgatóság munkamemóriájának működését segítjük abban, hogy arra a gondolatra összpontosítson, amiről éppen beszélünk. A prezentációt így a hallgatóság képes egységes egészként kezelni, s többek között ez is célunk.

Ez egy tartalmas emlékeztető is lehet, ha a Jegyzetoldal formátumban kinyomtatjuk.

A prezentáció sebessége **egyenletes és a beszédtempóhoz igazodó legyen**, mert ez biztosítja, hogy a hallgatóság a megfelelő időben a megfelelő diát lássa. Ezért célszerű, ha az előadó az előadás menetét az egér kattintásával szabályozza.

Az egyes diák elkészítésekor ügyeljünk arra, hogy **ne tartalmazzon túl sok információt**, ugyanis a bonyolult, zsúfolt diák nehezen érthetőek, a hallgató a látottakat próbálja értelmezni, nem az előadóra figyel.

Az sem jó, ha a dián ugyanaz a szöveg jelenik meg, mint amit az előadó mond. Ez – az információfelesleg következtében – a megértés csökkenését eredményezi.

Mayer ezzel kapcsolatban is végzett kísérletet. Két bemutató hatását tanulmányozta. Az első prezentáció kísérőszövege és a dia tartalma megegyezett, a másodikban a kísérőszöveg nem szerepelt a diákon. A második prezentáció hallgatósága 28%-kal több információt tudott felidézni, és 79%-kal több kreatív megoldást produkált, mint az első prezentáció hallgatósága.

Forrás: Cliff Atkinson: Ne vetíts vázlatot! A hatásos prezentáció Szakkiadó, 2008., 49. oldal

A normál nézetben, a képi elemek hozzáadásával befejezzük a diát. A képek a vizuális csatornán keresztül továbbítják az információkat. Köztudott, hogy a képi elemek javítják a tanulás hatékonyságát, de csak akkor, ha a lényegét ábrázolják. Az ily módon elkészített dia eredménye egy hatásos, multimédiás élmény, amiben a vizuális és verbális elemek egyensúlyban vannak. Ez segíti a munkamemóriát, az értelmes bevésést. Az ilyen dia hatásaként a közönség először feldolgozza a címsort, megtekinti a címsort illusztráló képet, majd az előadó szóbeli magyarázatára figyel.

A diák tartalmának megtervezése

A prezentáció hatását a jól megszerkesztett diákkal növelhetjük. Ehhez a prezentáció témájának megírása után meg kell terveznünk a címsorokat, s a szemléltetést.

A címsorok írása:

Mondanivalónk dinamikus és közvetlen lesz, ha egész mondatokat írunk, alannyal, cselekvő igével, világosan és tömören fogalmazva. Tanulmányozzuk az újságok címsorait, ahhoz hasonlóan kell fogalmaznunk.

A címsor stílusa legyen közvetlen, hétköznapi, ugyanakkor egyéni. A prezentáció címsorainak legyen gondolatmenete, egyik kapcsolódjon a másikhoz. Ehhez következetesen azonos igeidőt használjunk, a legjobb, egyben legdinamikusabb megoldás, ha jelen időben írjuk meg.

A címsorok jelentőségét bizonyítja a következő kísérlet is:

*„Michael Alley, a *The Craft of Scientific Presentations: Critical Steps to Succeed and Critical Erroes to Avoid* (Springer, 2005) című tanulmány szerzője két PowerPoint prezentációval végzett kísérleteket, a két prezentáció a címsor formátumban tért el egymástól. Az egyik prezentációban a diák felső részén csak mondattöredékek jelentek meg, a második prezentációban a dia legfontosabb gondolatát összegző teljes mondatok kerültek oda. A prezentációkban átadott információk megtanulásának és megértésének tesztelése során a hallgatóság, amely a teljes mondatokból összeállított címsorokkal összeállított diákat látta, átlagban 11 százalékponttal jobb eredményt ért el a másik hallgatósághoz képest, amelynek csak a mondattöredéket mutatták be. Amikor a dia címterületének segítségével hallgatóság részére összefoglaljuk a lényegét, megfelelően irányítjuk a figyelmet, és a tanulási folyamat során levesszük a munkamemóriájukról a lényeg megkeresésének terhét.”*

Forrás: Cliff Atkinson: Ne vetíts vázlatot! A hatásos prezentáció Szakkiadó, 2008., 51. – 52. oldal

A hallgatóság a prezentáció első perceiben véleményt alkot rólunk, hitelességünkről, szaktudásunkról a tárgyalt témával kapcsolatban. Nem mindegy, milyen benyomást keltünk, ezért kezdettől fogva jól kell teljesítenünk. El kell érniünk, hogy a hallgatóság tagjai ránk figyeljenek, ezért **nagyon fontos az első öt dia megtervezése.**

A diák sorrendjét úgy kell meghatározni, hogy gyorsan és hatásosan kössük le a hallgatóság figyelmét.

Az első dia feleljen a hol és mikor kérdésre, a kiinduló helyzetről adjon egy átfogó képet. Ennek felvázolásával megteremtjük a hallgatósággal a közös alapot, amely világosan megmutatja, miről akarunk beszélni. Például: Ebben az évtizedben drasztikusan csökkent a könyvolvasók száma Magyarországon.

A második diával tegyük a hallgatóságot a szituáció főszereplőjévé, így felkeltjük a figyelmét. Például: Ön hisz abban, hogy ezen a helyzeten lehet változtatni?

A harmadik dia szerepe az érzelmi kapcsolat kialakítása a hallgatóság és a téma között úgy, hogy valamilyen kihívás elé állítjuk. Például: Ha nem lépünk, problémáink súlyosbodnak, az Ön gyermekei vagy unokái sem fognak könyvet olvasni.

A negyedik dia megmutatja, hogy az előző dián felvázolt problémától hogyan juthatunk el a megoldásig. Erre azért van szükség, mert ha az ember valamilyen kihívással néz szembe, kényelmetlenül érzi magát, és nyugtalan, amíg a megoldás meg nem születik. Ezért meg kell válaszolnunk azt, hova akarunk eljutni, ki kell tűzni a célt. Amikor meglátják azt, szeretnének is eljutni oda. Ezzel motiváljuk őket, felkeltjük az érdeklődésüket mondanivalónk iránt. Például: Új módszerekkel hatékonyabbá kell tenni az olvasás megszerettetését gyermekeinkkel.

Az ötödik dia szerepe, hogy megmutassa azt az utat, ahogyan elképzeltük a probléma megoldását, meghatározza, mit akarunk a hallgatósággal együtt elérni. Egyértelműen megmutatja azt az irányt és utat, amelyet a közönség képes lesz követni a prezentáció során. Például: Ismerje meg és alkalmazza az általam bemutatott módszereket!

Ezekkel a diákkal felkeltjük az érdeklődést a prezentáció témája iránt.

A következő diákat hasonló szellemben kell elkészíteni. A témáról címsorokat írunk, a diára kerülő gondolatokat leegyszerűsítjük, csak a lényegét írjuk le, majd a diákat fontossági vagy időrendi sorrendbe rendezzük.

A téma címsorok igazolják, hogyan lehet eljutni az ötödik dián felvázolt javaslattal a célhoz. Megfogalmazásuk előtt el kell dönteni, hogy a „hogyan?“, vagy a „miért?“ kérdésre adott válasz határozza meg a diák tartalmát. Ha a „miért?“ kérdést választjuk, akkor a többi diának meggyőző, ha a „hogyan?“ kérdést, akkor magyarázó jellegűnek kell lennie.

Ha a prezentációval a célunk a meggyőzés, hogy a közönség valamit tegyen, akkor logikai érveket kell tartalmaznia.

Ha a hallgatóság már elfogadta az ötletünket, akkor el kell magyaráznunk a megvalósítását.

Nézzünk egy példát erre a klasszikus meggyőzési technikára:

Hol vagyok és mikor? Szakképzett emberek ezrei keresik állásukat, a gazdasági válság közepette.

Ki vagyok én ebben a helyzetben? Frissen szerzett szakmai bizonyítvánnyal rendelkezőként rövidesen én is szembesülök az állásszerzés problémájával.

Mi az a kihívás, amellyel szembenézek? Ebben a helyzetben kell a megfelelő állást megtalálnom, s helyzetemet stabilizálnom.

Mit akarok? Azt akarom, hogy képes legyek a helyzet kezelésére, a válsághelyzet ellenére is.

Hogyan jutok el innen oda? Sajátítsuk el azokat a legfontosabb álláskeresési technikákat, amelyek segítségével jó állást biztosíthatunk magunknak.

A meggyőzésnek ez a szerkezete elegáns keretet adhat egy olyan előadásnak, amely az álláskeresési technikák alkalmazását ismerteti.

Összefoglalásként válasz a felvetett esetre

Az előadás elkészítéséhez információkat kell gyűjteni. Ezek az információk vonatkoznak a cégre, annak történetére, valamint a cég legfontosabb termékeinek gyártására, tulajdonságaira, értékesítési adataira, legújabb termékeire, a várható fejlesztésekre.

Az előadáshoz a cégről, a gyártásról, a termékekről képeket, filmet, reklámokat, újságcikkeket lehet gyűjteni, a termékek használóival készített riportfilmeket készíteni.

Arra is kell gondolni, hogy kiknek készül az előadás, szakmai látogatóknak, vagy a nagyközönségnek. Milyen körülmények között lesz megtartva, milyen technikai eszközök állnak rendelkezésre.

Az előadás szövegét meg kell írni, meg kell tanulni. Be kell gyakorolni az előadást, a szemléltetőeszközök használatát. Célszerű az előadást szabadon mondani, vázlat segítségével.

Fontos a jó benyomás keltése, az alkalomhoz illő megjelenéssel, a közönséggel való kontaktus megteremtésével.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. A szakmai információtartalom elolvasása után, csoportosítsa a közönség előtti megszólalás típusait aszerint, hogy előkészített, vagy rögtönzött. A megszólalástípusok betűjelét írja le a megfelelő helyre, majd beszélje meg tanuló társaival, van-e olyan megszólalás, ami mindkét helyre besorolható.

- a. hozzászólás
- b. felszólalás
- c. tájékoztatás
- d. nyilatkozat
- e. riport
- f. üdvözlőbeszéd
- g. búcsúbeszéd
- h. pohárköszöntő
- j. ünnepi beszéd
- k. beszámoló
- l. elnöki megnyitó
- m. vita
- n. termékbemutató prezentáció,
- o. cégismertető prezentáció

Előkészített: _____

Rögtönzött: _____

2. Olvassa el újra "A közönség előtti megszólalás típusai" című részt, majd válassza ki azokat a megszólalás típusokat, amelyek az üzleti életben a leggyakoribbak!

3. Válasszon az internetről egy olyan vállalati honlapot, amelyen a vállalat története is szerepel. A kijelölt helyre írjon egy rövid ünnepi beszédet, melyen az alapító vagy leszármazottja a díszvendég! Beszélje meg osztálytársaival, megfelelt-e a célnak!

4. Hasonlítsa össze az előadást és a prezentációt a táblázatban található szempontok alapján!

Összehasonlítási szempontok	Előadás	Prezentáció
Célja		
A hallgatóság létszáma		
Időtartama		
Multimédiás eszközök használata		
A szónok és a hallgatóság kapcsolata		
Hallgatóságnak átadott dokumentáció		
Technikai eszközök		

5. Képzelve el, hogy a potenciális vásárlók egy csoportja előtt kell bemutatni cégét és annak termékeit! Hogyan próbálna jó benyomást kelteni a hallgatóságban? Írja le a kijelölt helyre!

6. Gyűjtse össze a szakmai információtartalomból, és írja a kijelölt helyre, hogy milyen információkra van szükség a hallgatóságról. Indokolja meg, miért érdekes az a beszéd szempontjából!

7. Fogalmazza meg írásban a bevezetés jelentőségét és tartalmát!

Jelentősége _____

Tartalma: _____

8. Cége új partnerekkel vette fel a kapcsolatot, akiknek új, valamint régebbi termékeit értékesíteni szeretné. Mutassa be egy 5 perces prezentáció formájában a céget a potenciális partnernek!

Írja le a teendők listáját! Írja meg az előadást, majd társainak adja elő! Az előadás után elemezzék a beszéd hatékonyságát!

A large rectangular box with a yellow border, containing 18 horizontal lines for writing. A large, light gray watermark reading 'MUNKANYAG' is diagonally overlaid across the box.

9. Mit jelent a „kevesebb néha több” elve a prezentációkészítésben?

A rectangular box with a yellow border, containing 5 horizontal lines for writing. A large, light gray watermark reading 'MUNKANYAG' is diagonally overlaid across the box.

10. Írja le, hogyan kell a címsorokat megfogalmazni!

11. Mit kell tartalmaznia annak az első öt diának, amivel a hallgatóság figyelmét szeretnénk felkelteni?

Írja le a kijelölt helyre!

12. Felettese Önt bízta meg azzal, hogy készítse el egy 10–12 diából álló PowerPoint bemutatót a termékekről. A bemutató elkészítéséhez olyan termékeket válasszon, amelyeket jól ismer, s a prezentáció készítéséhez tud gyűjteni információkat!

Megoldás

1.

- Előkészített: a. b. c. d. e. f. g. h. j. k. l. m. n. o.
- Rögtönzött: a. b. e. h. m.

2.

Hozzászólás, felszólalás, tájékoztatás, beszámoló, jelentés, vita, termékbemutató prezentáció.

3.

- Tartalma hason az érzelmekre.
- Vázlata:
- a megjelentek üdvözlése,
- az alkalom méltatása,
- rövid történeti visszatekintés,
- néhány anekdota vagy idézet,
- jövőre vonatkozó elképzelések.

4.

Összehasonlítási szempontok	Előadás	Prezentáció
Célja	Információk, elgondolások, ötletek, ismeretek, technológiai megoldások bemutatása	A hallgatóság meggyőzése

A hallgatóság létszáma	Nagy	Kis vagy közepes
Időtartama	Hosszú	Rövid
Multimédiás eszközök használata	Nem kötelező és kevés	Kötelező és sok
A szónok és a hallgatóság kapcsolata	Egyirányú a visszacsatolás lehetősége kisebb	Interaktív
Hallgatóságnak átadott dokumentáció	Vázlat	Írásos összefoglaló, emlékeztető
Technikai eszközök	Erősítésre, kivetítésre lehet szükség	Számítógép és projektor

5.

- hivatali öltözék, ápoltság,
- barátságos arckifejezés, mosoly,
- helyes testtartás,
- magabiztos,
- ért a témához,
- jó beszédképességgel rendelkezik,
- szemkontaktus létesítése a közönséggel,
- megfelelő beszédtempó,
- gesztusok,
- odafigyelés a hallgatóságra.

6.

- A létszám nem mindegy, mennyi embernek kell beszélni. Kisebb létszám esetén közvetlenebb lehet a kommunikáció hangvétele.
- A kor: más stílusban beszélünk a fiatalokhoz, más stílusban az idősebbekhez.
- A hallgatóság neme: az érveinket, példáinkat ehhez kell igazítanunk. A női hallgatóság nyitottabb az érzelmi megközelítésre, a férfiak jobban kedvelik a racionalitást.
- A foglalkozás: befolyásolja az alkalmazható szakkifejezéseket, a felhozandó példákat. Iskolázottság: a magyarázatok szükségességét, illetve a beszéd nyelvezetét befolyásolja.
- Az anyagi és társadalmi helyzet, kulturális hagyományok: a példák, utalások ne legyenek sértőek.
- A beállítottság és értékrend: vallása, előítéletei, politikai beállítottsága, értékrendje, érdeklődési köre, motiváltsága és társas viselkedésük normái a példák, utalások szempontjából érdekesek.
- A hallgatóság előzetes tudása: a magyarázatok miatt fontos.

7.

- Jelentősége:
 - érdeklődés, figyelem keltése,

- szakmai hozzáértésünk érzékeltetése,
- Tartalma:
 - a téma megfogalmazása a hallgatóság igényeihez igazodva,
 - az előadás gondolatmenetének felvázolása, vizuális bemutatása

8.

- A teendők listája:
 - információgyűjtés: cégtörténet, gyártási folyamatok, termékek tulajdonságai
 - szemléltető anyagok készítése (képek, filmek, táblázatok, grafikonok stb.)
 - referenciák gyűjtése,
 - információgyűjtés a hallgatóságról
 - az előadás megírása, a szemléltetőeszközök rendezése
 - az előadás megfelelő körülményének biztosítása, a technikai eszközök előkészítése
 - prospektusok előkészítése,
 - az előadás megtanulása, begyakorlása.
 - követelmények a megírt beszéddel szemben:
 - tartalmazza a három szerkezeti elemet,
 - megfogalmazása színes, érdekes legyen, érthető legyen,
 - tényeket, adatokat tartalmazzon,
 - a vizuális szemléltetésre utaljon
- Az előadás értékelésének szempontjai
 - megjelenésére ügyeljen
 - szabadon beszéljen, határozottan, magabiztosan,
 - vázlat alapján beszéljen,
 - előadása töltsen ki az 5 percet,
 - a vizuális eszközök szervesen illeszkedjenek a bemutató tartalmához,
 - az időt jól használja ki, a szakkifejezéseket megfelelően alkalmazza.

9.

- A munkamemória kapacitása korlátozott, ezt kell figyelembe venni előadásunk megtervezése során. Ha ugyanis több új információt adunk, mint amennyit a munkamemória kezelni tud, túlterheljük.
- Az információnak csak az elenyésző része fog átjutni ezen a szűk keresztmetszeten. Ha az információkat feldolgozható adagokban adjuk, a lényegre összpontosítunk, biztosítjuk a vizuális és a verbális információ összhangját, akkor prezentációnk sikeres lesz.

10.

- egész mondatokban, tömören, világosan fogalmazzuk meg,
- legyen a mondatnak alanya, tartalmazzon cselekvő igét,
- stílusa hétköznapi és egyéni legyen,
- a diák címsorai kapcsolódjanak egymáshoz, legyen gondolatmenetük,

- jelen időben íródjanak.

11.

- Az első dia feleljen a hol és mikor kérdésre, a kiinduló helyzetről adjon egy átfogó képet.
- A második diával tegyük a hallgatóságot a szituáció főszereplőjévé, így felkeltjük a figyelmét.
- A harmadik dia szerepe az érzelmi kapcsolat kialakítása a hallgatóság és a téma között úgy, hogy valamilyen kihívás elé állítjuk.
- A negyedik dia megmutatja, hogy az előző dián felvázolt problémától hogyan juthatunk el a megoldásig. Ezzel motiváljuk őket, felkeltjük az érdeklődésüket mondanivalónk iránt.
- Az ötödik dia szerepe, hogy megmutassa azt az utat, ahogyan elképzeltük a probléma megoldását, meghatározza, mit akarunk a hallgatósággal együtt elérni.

12.

Az értékelés szempontjai:

- minden diának legyen címsora,
- a diák érdeklődést keltőek legyenek,
- alkalmazza az első öt dia készítésének szabályait,
- kevés szöveget tartalmazzon,
- az ábra a lényeges mondanivalót emelje ki,
- a diák sorrendje figyelemfelkeltő és logikus legyen,
- használja fel a miért?, vagy a hogyan? kérdésekre adandó válaszokat.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Sorolja fel a közönség előtti megszólalások különböző típusait!



MUNKANYAG

2. feladat

Mutassa be írásban a prezentáció főbb jellemzőit!



MUNKANYAG

3. feladat

Írja le írásban, milyen információkat kell összegyűjteni a hallgatóságról és mindegyiknél indokolja meg, miért van jelentősége a beszéd szempontjából!

4. feladat

Írja le, a kijelölt helyre, milyen részekre tagolódik az előadás!

5. feladat

Fogalmazza meg röviden, mire kell ügyelnie az előadónak, az előadás bevezető szakaszában!

6. feladat

Írja le az előadás készítésének folyamatát!

7. feladat

Írjon egy maximum 10 perces előadást egy Önhöz közelálló témában, a szakmai információtartalomban megfogalmazottak alapján!



MUNKAMINTYAG

8. feladat

Készítsen a számítógépen egy 10-12 diából álló prezentációt, amelyben egy Ön által tetszőlegesen választott terméket vagy szolgáltatást bemutat a potenciális vásárlóknak!



MUNKAMINTYAG

MEGOLDÁSOK

1. feladat

- hozzászólás
- felszólalás
- tájékoztatás
- nyilatkozat
- riport
- üdvözlőbeszéd
- búcsúbeszéd
- pohárköszöntő
- ünnepi beszéd
- beszámoló
- elnöki megnyitó
- vita
- termékbemutató prezentáció,
- cégismertető prezentáció

2. feladat

- A prezentáció szó bemutatást, demonstrációt, demonstrálást jelent.
- Kis és közepes létszámú hallgatóságnak szól.
- A prezentáció célja, hogy előadója a hallgatóságot megnyerje.
- Alapvetően vizuális segédeszközöket alkalmaz az informálásra.
- Általában rövid, 15–20 perces.
- Jellemzője, hogy interaktív, a hallgatóság kérdéseket tehet fel, amit az előadó megválaszol.
- A prezentáció végén írásos összefoglalót is át szoktak adni a hallgatóságnak.
- A verbális közlés kevesebb, a nem verbális több.
- A prezentáció főszereplői: az előadó, a hallgatóság, a mondanivaló, és a vizuális eszközök.

3. feladat

- A létszám nem mindegy, mennyi embernek kell beszélni. Kisebb létszám esetén közvetlenebb lehet a kommunikáció hangvétele.
- A kor: más stílusban beszélünk a fiatalokhoz, más stílusban az idősebbekhez.
- A hallgatóság neme: az érveinket, példáinkat ehhez kell igazítanunk. A női hallgatóság nyitottabb az érzelmi megközelítésre, a férfiak jobban kedvelik a racionalitást.
- A foglalkozás: befolyásolja az alkalmazható szakkifejezéseket, a felhozandó példákat. Iskolázottság: a magyarázatok szükségességét, illetve a beszéd nyelvezetét befolyásolja.

BESZÉD, ELŐADÁS, PREZENTÁCIÓ

- Az anyagi és társadalmi helyzet, kulturális hagyományok: a példák, utalások ne legyenek sértőek.
- A beállítottság és értékrend: vallása, előítéletei, politikai beállítottsága, értékrendje, érdeklődési köre, motiváltsága és társas viselkedésük normái a példák, utalások szempontjából érdekesek.
- A hallgatóság előzetes tudása: a magyarázatok miatt fontos.

4. feladat

- nyitás, bevezetés,
- témakifejtés,
- összegzés,
- lezárás, búcsú

5. feladat

- célszerű a bemutatkozással kezdenie.
- a hallgatóság figyelmének felkeltése,
- megnyerő megjelenés, viselkedés,
- érthető beszéd, magabiztosság sugárzása,
- barátságos arckifejezés, mosoly,
- érdeklődés keltés: egy kérdés feltételével, egy történet elmesélésével, vagy egy hihetetlen tény, adat ismertetésével.
- az előadó legyen lelkes, látsszon, hogy a téma elkötelezettje.
- szemkontaktus létesítése a hallgatósággal,
- beszédstílusa természetes, közérthető legyen.
- a hallgatósággal éreztetnie kell fontosságukat
- finoman érzékelteti, szakmai múltját,
- A téma megfogalmazása igazodjon a hallgatóság igényeihez
- A bevezetésben vázolja fel az előadás gondolatmenetét.

6. feladat

- felkészülés
- a beszéd szerkezetének megtervezése, megírása,
- a vizuális eszközök elkészítése, előkészítése
- az előadás elpróbálása,
- az előadás lebonyolítása,
- a kérdések megválaszolása,
- utómunkálatok.

7. feladat

- Követelmények:
 - az előadás tartalmazza a három szerkezeti elemet,

- megfogalmazása színes, érdekes legyen, érthető legyen,
- előadása töltsse ki a 10 percet,
- tényeket, adatokat tartalmazzon,
- a vizuális szemléltetésre utaljon

8. feladat

- Követelmény:
 - minden diának legyen címsora,
 - kevés szöveget tartalmazzon, az ábra a lényeges mondanivalót emelje ki,
 - a diák sorrendje figyelemfelkeltő és logikus legyen,
 - használja fel a miért? vagy a hogyan? kérdésekre adandó válaszokat.

MUNKANYELV

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

Cliff Atkinson: Ne vetíts vázlatot! A hatásos prezentáció, Szak Kiadó, Bicske, 2008.,

Dale Carnegie: A hatásos beszéd módszerei, Átdolgozta Dorothy Carnegie, HVG Rt. Budapest, 1990.

Hofmeister-Tóth Ágnes - Mitev Ariel Zoltán: Üzleti kommunikáció és tárgyalástechnika

Akadémia Kiadó, Budapest, 2007.

Katona Mária - Szabó Csaba: Kommunikáció - Üzleti kommunikáció, Képzőművészeti Kiadó, Budapest, 2006.

Langer Katalin - dr. Raátz Judit: Üzleti kommunikáció, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 1999.

Ajánlott irodalom

John Collins: Tökéletes előadások, Scolar Kiadó, Budapest 2000

A(z) 1448-06 modul 010-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 812 01 0000 00 00	Hostess
54 812 01 1000 00 00	Idegvezető
54 812 03 0000 00 00	Szállodai portás, recepció
54 812 02 0010 54 01	Protokollügyintéző
54 812 02 0010 54 02	Utazásügyintéző

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:
20 óra

MUNKANYAG

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató