

TVORBA PREZENTÁCIÍ

Ing. MILAN ŠTRBO, PhD.

2018



Katedra matematiky a informatiky

Pedagogická fakulta

TRNAVSKÁ UNIVERZITA V TRNAVE

Názov publikácie:

TVORBA PREZENTÁCIÍ

Autor:

Ing. Milan Štrbo, PhD.

Recenzenti:

prof. Ing. Pavol Tanuška, PhD.

Ing. Katarína Pribilová, PhD.

Vydavateľské údaje:

© 2018, Katedra matematiky a informatiky

Pedagogická fakulta Trnavskej univerzity v Trnave

Všetky práva vyhradené. Žiadna časť tejto učebnice nesmie byť v akejkoľvek forme publikovaná ani kopírovaná bez písomného súhlasu vydavateľa.

Dokument neprešiel jazykovou ani typografickou úpravou.

ISBN 978-80-568-0179-6

EAN 9788056801796

OBSAH

ÚVOD	5
1 CHARAKTERISTIKA PREZENTÁCIE	6
2 OBSAH PREZENTÁCIE	9
2.1 Téma prezentácie	10
2.2 Obsah snímky	10
2.3 Hlavné zásady snímky	11
2.4 Štruktúra prezentácie	12
2.4.1 Úvod	12
2.4.2 Jadro.....	13
2.4.3 Záver	13
2.4.4 Pravidlo 30 – 20 – 10.....	14
2.5 Šablóna snímok	14
2.6 Písmo	15
2.6.1 Veľkosť písma	16
2.7 Animácie	16
2.8 Farebná úprava	16
2.8.1 Obrázky a ilustrácie	17
2.9 Jazyk prezentácie	17
2.10 Čas prezentovania	17
3 POSLUCHÁČI	18
3.1 Spojenie s poslucháčmi	18
3.2 Rady pre uchvátenie publika	19
3.2.1 Zodpovedajme poslucháčom na otázku : “Čo z toho mám?”	19
3.2.2 Ovládnime svoj stav	19
3.2.3 Podmaňme si javisko	20
3.2.4 Reč tela	20
3.2.5 Ako vzbudiť napätie a očakávanie.....	21
3.2.6 Buďme sami sebou	21
3.3 Diskusia s poslucháčmi	22
4 ZAČIATOK PREZENTOVANIA	23
4.1 Pred začiatkom prezentovania.....	24
4.2 Začiatok na čas?	24
4.3 Prostredie a technika	24
5 PREJAV	26
5.1 Precvičme si svoju reč.....	27

5.2	Ako sa zbaviť trémy.....	27
6	POZNANIE SVOJEJ PREZENTÁCIE	28
7	DOPLŇUJÚCE ODPORÚČANIA	29
7.1	Moderátor podujatia.....	29
7.2	Prezentovanie v tíme	29
7.3	Zlepšovanie prezentačných schopností	29
7.4	Chyby v prezentáciách.....	29
8	APLIKÁCIE NA TVORBU PREZENTÁCIÍ.....	30
8.1	PowerPoint.....	30
8.2	OpenOffice Impress	31
8.3	LibreOffice Impress	31
8.4	WPS Office Presentation	32
8.5	Prezi.....	33
8.6	Sway.....	34
8.7	Evernote	35
8.8	Mindmeister.....	36
8.9	Mindomo	36
8.10	Google docs.	37
8.11	Xmind.....	38
	ZÁVEREČNÉ ZHRNUTIE	40
	TERMINOLOGICKÝ SLOVNÍK.....	42
	ZOZNAM POUŽITEJ A ODPORÚČANEJ LITERATÚRY	43
	ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV	45

ÚVOD

V dnešnej dobe už nie je nijakou zvláštnosťou, že nás niekto poprosí o to, aby sme niečo niekde prezentovali. Už od základnej školy sa často stretávame s vysvetľovaním novej učebnej látky. Inak tomu nie je ani v bežnom živote. Či už ide o uvedenie nových výrobkov, pokrokových zariadení, služieb, prípadne nám chce niekto objasniť svoju predstavu alebo názor. Práve správnou prezentáciou dokážeme predat' viacej výrobkov, zmeniť vnímanie ľudí ba dokonca aj ich názor na konkrétnu vec.

Vytvoriť vhodnú prezentáciu vôbec nie je jednoduché, no ešte náročnejší je jej samotný prednes, ktorý treba prepracovať do detailov, či už od štruktúry až po neverbálnu komunikáciu prejavu. Nič nedokáže ľudí tak rýchlo unudiť ako nezáživná, monotónna prezentácia. Patrí k nim veľa fádnych, často nevýrazných a ľahko zabudnuteľných snímok, ktorým neraz chýba správna postupnosť. Ak sa nachádzame v miestnosti plnej ľudí, je to nepochybne zárukou toho, že publikum sa ocitne celkom iste v ríši snov.

Aby sme sa vyvarovali pred takouto nezáživnosťou, je potrebné uviesť dynamickú prezentáciu so zaujímavou vizuálnou predlohou, pretože práve dynamické vizuálne spracovanie dokáže u ľudí vyvolať záujem a vzbudiť pozornosť o danú problematiku. Je potrebné, aby sme pri prezentácii nezabúdali na jej účelnosť, vyváženosť, výstižnosť, prehľadnosť a zreteľnosť.

Dobre vytvorená prezentácia je jednou s pomôcok, ktorými by sme mali disponovať, ak chceme uspieť v škole alebo v práci. Dobre podané myšlienky môžu dokonale zapôsobiť a môžu nám zabezpečiť úspech. Ako vytvoriť dokonalú a pútavú prezentáciu, aby naše publikum bolo neustále v napätí a v pozornosti? V centre nášho záujmu bude práve odpovedať na túto otázku. Po preštudovaní uvedenej učebnice, by sme mali byť schopný vytvoriť zaujímavú a pútavú prezentáciu a takisto ju správne vedieť predniesť pred poslucháčmi.

1 CHARAKTERISTIKA PREZENTÁCIE

Prezentácia nie je iba spracovanie témy s textom a obrázkami do estetických snímok, ale je to vystúpenie rečníka pred poslucháčmi s adekvátne spracovanými hlavnými materiálmi a myšlienkami, ktoré sme si pripravili na komplexnejšie odovzdanie informácií, zvýšenie pozornosti publika a vlastnú oporu. [1]

Pri prezentácii je dôležité zvládnuť každý jej aspekt. Či už hovoríme o technickej, formálnej, štylistickej, obsahovej a odbornej stránke. Nemôžeme podceňovať ani jeden z týchto aspektov. Samotné formálne nedostatky pôsobia veľmi neprofesionálne a znižujú úroveň ako po obsahovej tak aj po odbornej stránke prezentácie. Prezentáciu teda môžeme charakterizovať ako vopred pripravenú písanú pomôcku, ktorá je podávaná v ústnej forme.

Skôr či neskôr sa každý z nás ocitne v situácii, keď bude musieť niečo prezentovať. Či už pôjde o rôzny druh produktu, služby, prípadne prezentáciu samého seba. Často si totiž ani neuvedomujeme, že práve seba samého prezentujeme denne. Nielen v práci, na pracovnom pohovore, pri vybavovaní na úradoch, ale aj pri rôznych posedeniach so známymi. Tak ako pôsobíme na iných ľuďoch, sa istým spôsobom prezentujeme inak. Vôbec to nezávisí od toho, či ste manažér firmy, učiteľ alebo študent. Vedieť správne rozprávať pred publikom, je ako sa často vraví “mať zlato v rukách”. Prezentujú svoje znalosti totiž mnohí, no len málokto to naozaj ovláda. Dôležité je, aby pochopil včas zásady k tomu nevyhnutné. Odzrkadlí sa to na sebavedomí, na samotnom počte uzavretých zmlúv, v najlepšom prípade na čiastkach pripisovaných na bankový účet.

Dobre prezentovať nie je vôbec jednoduché, ste v centre pozornosti, nereprezentujete iba seba, ale aj svoju organizáciu alebo spoločnosť. Ste hodnotený nie len podľa toho ako sa vyjadrujete, ale aj podľa použitého materiálu. Počas samotnej prezentácie sa stretávame s rozličnými problémami, dotýkajúcich sa rôznych vyjadrovacích schopností. Často nám absentujú potrebné skúsenosti s prezentovaním, alebo sa neraz ocitneme v neistote či nerozhodnosti.

Prezentácia je určitou formou komunikácie a musí predovšetkým obsahovať:

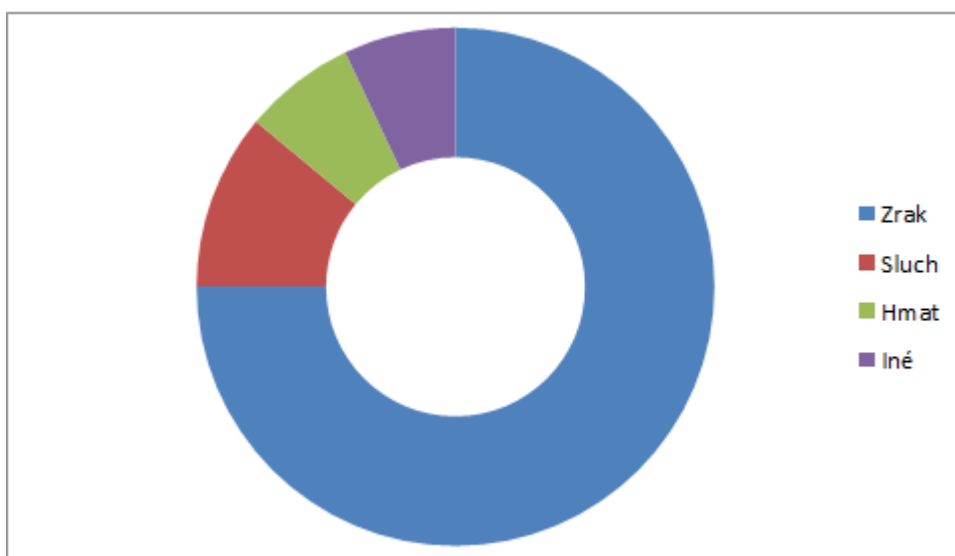
- Jasný cieľ – musíme vedieť, čo chceme prezentáciou dosiahnuť.
- Zohľadnenie, komu je určená (pre akú cieľovú skupinu).
- Mala by byť zrozumiteľná, jasná, logicky nadväzná a prehľadná.
- Mala by sa vyhýbať príliš expresívnym slovám, ako aj gramatickým chybám.
- Mala by eliminovať oslnivé, ale pritom neoverené fakty a tvrdenia. [2]



Obrázok 1 - Prezentovanie

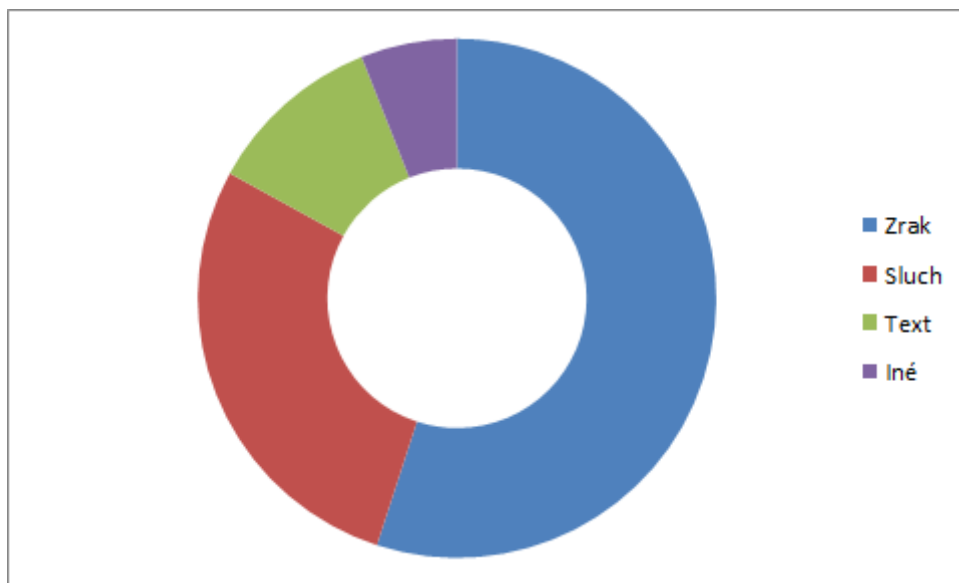
Pokiaľ chceme mať úspešnú a pútavú prezentáciu, musíme si uvedomiť, že prezentovať len textom a obrazom nestačí. Poslucháčov je nevyhnutné upútať nie len slovom, ale aj zvukom. V pozícii prezentujúceho berieme na seba tú najrelevantnejšiu úlohu tým, že komunikujeme, vytvárame niečo a najmä udržujeme kontakt s publikom. Poslucháčov dokážeme ovplyvniť celkovým dojmom a promptne reagujeme na ich námety, postrehy, či pripomienky. Prezentácia nám napomáha nielen poskytnúť nové informácie, predstaviť nové výrobky, služby, myšlienky, ale dokonca pomáha aj pri vedení vzdelávacích školení.

Na obrázku číslo 1 sa nachádza graf, ktorý znázorňuje, akými spôsobmi respektíve zmyslami dokáže človek získať najviac informácií.



Obrázok 2 - Spôsoby prijímania informácií

Grafom na obrázku 2 sme znázornili, pomocou akých spôsobov, si človek dokáže zapamätať najviac informácií.

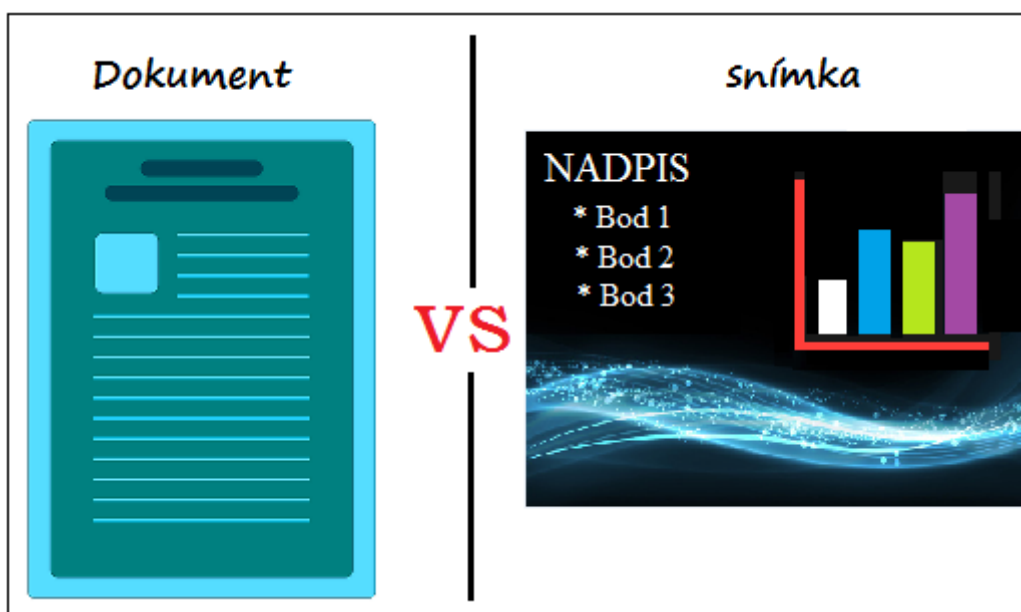


Obrázok 3 - Životnosť informácií

Ako môžeme vidieť na predchádzajúcich obrázkoch, zrak a sluch nám podstatne prevyšujú nad ostatnými zmyslami. Je teda dôležité zdôrazniť, že snímky jednotlivých prezentácií by mali byť kvalitne a pútavo vytvorené a takisto samotný rečník musí dôstojným spôsobom poskytnúť poslucháčom očakávané informácie.

2 OBSAH PREZENTÁCIE

Ak ste niekedy videli prezentáciu preplnenú textom, ktorú prednášateľ s neistotou prečítal zo snímok, tak ste boli práve svedkami toho, ako by sa prezentácia nemala demonštrovať. Dlhé vety by v prezentácii mali absentovať. Niektorí ľudia sa mylne domnievajú, že snímky musia obsahovať úplne všetko. Potom sa stáva, že celá prezentácia vyznieva iba ako len dokument určený na čítanie. Po prečítaní takto vytvorenej snímky prekliknú na ďalšiu v poradí a monotónne čítanie pokračuje ďalej. Ich prítomnosť tak vlastne ani nie je potrebná, pretože obsah snímok si dokážu poslucháči prečítať aj sami. Cieľom pre publikum pochopiteľne nie je dlhé, nezáživné čítanie na jednotlivých snímkach. Na nasledujúcom obrázku je vidieť rozdiel medzi dokumentom a prezentačnou snímkou.



Obrázok 4 - Dokument verzus snímka

Menej je niekedy viac, a to platí aj pri tvorbe prezentácií, ktoré formujeme stručne, jasne a výstižne. Preto nemajme obavu vyselektovať z prezentácie všetko, čo sa netýka nášho hlavného posolstva a sústreďme sa iba na podstatu. Je to iba akýsi subjekt v úlohe pomocníka, ktorý predstavuje plný text prednášky. Do prezentácie teda vkladáme iba kľúčové slová, frázy alebo krátke vety písané veľkým písmom, ktoré dokážu prečítať všetci prítomní v miestnosti. Platí zásada, že jedna snímka by mala znázorniť jedinú zásadnú myšlienku. Steve Jobs vedel, že ľudská myseľ nemôže spracovať pri jednej prezentácii príliš veľa informácií. Všetky ostatné informácie, ktoré sa netýkajú konkrétnej myšlienky, môžu byť pre poslucháčov iba zbytočným rozptýlením, a tak oslabia samotný cieľ prezentácie.

Používajme preto vo svojich prezentáciách jednoduchú vizualizáciu, ku ktorej patria grafy, tematické podnetné obrázky či emócie namiesto dlhých a jednotvárných textov. Tie podporia hlavnú myšlienku, ktorú chcete ďalej tlmočiť. Obrázky účinkujú silnejšie ako text a často dokážu vystihnúť lepšie podstatu problému, ako aj zvýšiť zapamätateľnosť informácie až o 65%. Umením nie je vytvoriť zložitú prezentáciu, ale práve naopak jednoduchú. Základom naozaj dobrej prezentácie je dodržiavanie jednoduchosti, v ktorej je krása. Všetko ostatné čo chcete, aby sa publikum dozvedelo vyjadrite radšej vlastnými slovami bez podporných snímok. [4]

V rámci plánovania a prípravy našej prezentácie je ako podstatné zadať si cieľ, ktorý má splniť naša prezentácia. Následne je potrebné si presne zadať informácie, ktoré chceme poskytnúť a rovnako charakterizovať ďalšie oblasti nevyhnutné na pochopenie danej problematiky. Súčasne si môžeme položiť otázky: „Sú tieto informácie naozaj dôležité? Dajú sa vynechať, alebo naopak môžeme aplikovať iné?“ [1]

2.1 Téma prezentácie

Prv ako začneme modelovať samotnú prezentáciu, je veľmi dôležité oboznámiť sa s danou problematikou a získať podľa možnosti, čo najviac relevantných informácií a vedomostí o konkrétnej téme. Je to žiadané obzvlášť vtedy, ak nám absentujú požadované skúsenosti s prezentovaním. Zabránilme tak nervozite a budeme schopní pohotovo reagovať na otázky a pripomienky publika. Následne nadviážeme na prípravu prezentácie, ktorá sa stane našim pomocníkom pri štruktúre obsahu jednotlivých snímok prezentácie. [3]

2.2 Obsah snímky

V každej snímke je dôležité využiť jej potenciál, aby upriamila pozornosť na to, čo chceme predstaviť. Poslucháči si potom ľahšie skombinujú to, čo hovoríme s tým, čovidia. Takto si danú podstatu nielen lepšie zapamätajú, ale stane sa pre nich aj zaujímavejšia. Vizualizácia teda nie je cieľom, ale iba našim podporným prostriedkom. Odporúčaním pre obsah textu na jednej snímke je šesť až desať slov. Často sa stáva, že to nie je jednoduché, ale ak to dokážeme, naša prezentácia bude kvalitnejšia. Napríklad Steve Jobs pri predstavovaní nových produktov nesústredil pozornosť iba na predchádzajúce predajné výsledky, prípadne technické vlastnosti produktov, ale naopak prevažne na ich hlavné výhody a inovácie.

Poskytnime ľuďom obsah, ktorý je duchaplný, výstižný, prekvapivý a plný emócií. Oni budú sami zvedaví, čo k tomu budeme ďalej hovoriť. A presne o to sa snažíme. Vyplňme

celú pracovnú plochu, nenechávajte prázdne miesta. Práve do týchto hluchých miest vložme rôzne zaujímavé a pútavé objekty. [5]

2.3 Hlavné zásady snímky

V nasledujúcich riadkoch sme zhrnuli základné, požadované zásady, podľa ktorých by sme mali vytvárať jednotlivé snímky prezentácie.

- Vyhýbajme sa veľkému množstvu textu.
- Nastavme si väčšiu veľkosť písma, aby bolo čitateľné aj zozadu miestnosti.
- Používajme tmavé písmo na bledom podklade.
- Text zarovnajte vľavo – text zarovnaný na stred sa ťažšie číta a vyzerá amatérsky.
- Využívajme obrázky a ilustrácie.
- Ak to téma vyžaduje, využívajme grafy, diagramy a tabuľky.
- Videá vkladajte iba krátke. [5]
- Pozorne kontrolujeme pravopis.
- Používame diakritické znamienka.
- Sledujeme či sa nám neopakuje text na jednotlivých snímkach.
- Dátumy nasledujú v chronologickom poradí.
- Vyhýbajme sa citoslovciam a opakujúcim sa slovám, nahrádzajme ich synonymami.



Obrázok 5 - Obsah snímky

2.4 Štruktúra prezentácie

Veľa ľudí si prezentáciu predstavuje len ako text vložený do snímok s peknými obrázkami či grafmi. Naopak dobrá prezentácia by mala byť do posledného detailu premyslená. Tým sa nemyslí len štruktúra, ale aj samotné prezentovanie. Nie každý z nás si to uvedomuje a preto sa mu to v konečnom dôsledku aj nepodarí. Užitočným pomocníkom pri hľadaní súvislostí môžu byť zaujímavé texty, obrázky, videá, myšlienkové mapy, grafy, tabuľky, analýzy, citáty či dokonca vizualizácie. Je teda dôležité si vhodne premyslieť logickú štruktúru, aby myšlienky na seba nadväzovali plynule a prirodzene. Nikdy nezabudnime na to, že technika je vždy len našou podporou. Úspech alebo neúspech prezentácie záleží len a len na nás, na našom prezentovaní, pri ktorom si vytvárame vzťah s poslucháčmi.

Základnou požiadavkou na akúkoľvek prezentáciu je dodržanie štruktúry, a to najmä úvod, jadro a záver.

2.4.1 Úvod

Mal by tvoriť maximálne 10% vymedzeného času. V úvode máme priestor na predstavenie sa a privítanie poslucháčov. Naším cieľom je upútať ich pozornosť a stručne ich oboznámiť s postupom prezentácie, s problematikou, cieľmi a samotnými fázami prezentácie.

V úvode našej prezentácie by mali snímky obsahovať tieto adekvátne náležitosti:

Titulná strana

- Názov témy prezentácie. Práve názov by mal byť dominantou titulnej strany, preto je vhodné použiť väčšiu veľkosť písma.
- Meno organizácie alebo spoločnosti, ktorú reprezentujeme. Vhodným spôsobom môžeme do snímky umiestniť aj logo danej organizácie. „Vhodným spôsobom“ v tomto prípade znamená, umiestniť ho tak, aby bol názov témy neustále dobre čitateľný a aby sa farebne neprekrýval s vloženým logom.
- Meno autora aj s titulmi. Takisto pri niektorých typoch prezentácií môžeme uviesť aj pracovnú pozíciu, ktorú v spoločnosti autor zastupuje respektíve reprezentuje.
- Dátum prezentácie, prípadne základný motivačný obrázok.
- Titulná strana môže byť farebne odlišne zladená ako ostatné snímky, naopak tie by mali zachovať jednotný štýl počas celej prezentácie. [6]

Druhá snímka

- Na druhú snímku umiestnime obsah prezentácie, aby poslucháči vedeli, čo môžu počas prednášania očakávať.
- Obsah môžeme vytvoriť aj pomocou hypertextových odkazov s možnosťou prekliknúť sa na jednotlivé snímky prezentácie. [6]

2.4.2 Jadro

Zaberá kľúčovú časť, konkrétne až 80% vymedzeného času. Obsahuje hlavné body prezentácie, ktoré sú usporiadané v logickom slede tak, aby bola zachovaná premyslená štruktúra prezentácie. Počas prezentácie je žiadané, že pokiaľ zdôrazníme svoju vlastnú predstavu na danú problematiku a pritom využijeme potrebné a vhodné príklady či ilustrácie. Avšak vtedy je nevyhnutné dávať pozor na to, aby sme sa neodklonili od témy. Improvizáciu počas prezentácie si môže dovoliť len skúsený rečník.

Jadro prezentácie obsahuje snímky, v ktorých sa venujeme podstate prednášanej témy a mali by sme ho vytvárať nasledovne:

- Rozsah samotného jadra odporúčame vtesnať do desiatich snímok.
- Text do snímok vkladáme pomocou odrážok, pričom sa nezameriavame na celé vety, ale spomenieme iba kľúčové slová.
- Počas jednej prezentácie využívame maximálne tri veľkosti písma.
- Voľme vhodný farebný kontrast písma verzus pozadia snímky. Usilujme sa o to, aby boli snímky dobre čitateľné a nenamáhali si zrak tí poslucháči, ktorí ich čítajú.
- Efekty prechodov využívajme s mierou, aby nenarušili celkový priebeh. To isté platí samozrejme aj pre zvukové efekty a animácie.
- Môžeme použiť aj hudobný podklad s adekvátnym obsahom k prezentácii na podfarbenie atmosféry. [6]

2.4.3 Záver

Približne rovnako vymedzený čas ako pri úvode by sme mali využiť aj pri závere prezentácie. Odporúča sa poskytnúť poslucháčom krátky sumár prezentácie a takisto zdôrazníme informácie nevyhnutné pre zapamätanie si. V závere takisto môžeme zadať poslucháčom úlohy prípadne zadania k vypracovaniu. Nakoniec ich upozorníme na to, aké informácie a myšlienky si majú uchovať z našej prezentácie a naďalej o nich uvažovať. [8]

Záver by mal v poslucháčovi zanechať silný dojem. Samozrejme nezabudnime poďakovať za pozornosť počas nášho prednesu. Po kvalitnej prezentácii nesmieme opomenúť aj výzvu k diskusii. Vítané je dokonca aj originálne ukončenie prezentácie napríklad krátkou veselou anekdotou.

Záverečné snímky tvoríme nasledovných spôsobom:

Predposledná snímka

- Uvádzame použité zdroje a literatúru, z ktorých sme čerpali poznatky.

Nezabudnime dodržiavať požadované smernice pri uvádzaní jednotlivých odkazov na informačné pramene. Nestačí iba spomenúť, odkiaľ boli čerpané jednotlivé informácie. Je nevyhnutné rešpektovať zásady využívania použitých zdrojov. Samotné zdroje odporúčame usporiadať abecedne.

Posledná snímka

- Patrí poďakovaniu publiku za pozornosť.
- Nezabudnime uviesť náš kontakt formou e-mailovej adresy. Pokiaľ to považujeme za vhodné, môžeme uviesť aj svoje telefónne číslo, adresu, prípadne fotografiu autora.

2.4.4 Pravidlo 30 – 20 – 10

Na záver danej podkapitoly spomenieme pravidlo, ktorým sa riadia veľkí rečníci. Toto pravidlo odporúča použiť písmo veľkosti 30 bodov. Ďalej dáva do pozornosti, že najvhodnejšie trvanie prezentácie je maximálne 20 minút. V najideálnejšom prípade by sme mali použiť 10 snímok. [8]

2.5 Šablóna snímok

Pokiaľ je to možné, nepoužívajme notoricky známe, neustále sa opakujúce predvolené šablóny. Ihneď ako poslucháči spozorujú obdobnú snímku, zostávajú unudení. Na internete môžeme nájsť veľké množstvo voľne dostupných profesionálnych šablón snímok. Väčšinou bývajú tematicky roztriedené a nám zabezpečia, že naša prezentácia bude zaujímavá a progresívna. Zachovávejme jednotnosť snímok. Šablónu, ktorú si zvolíme používajme počas celej prezentácie. Dajme si záležať na zladení pozadia a farebnosti obsahu snímok. Zvoľme vhodný grafický vzhľad.



Obrázok 6 - Šablóna snímky

2.6 Písmo

Identické odporúčanie ako pri samotnom výbere šablóny platí aj pri výbere typu písma. Usilujme sa obísť fádne štandardné typy. Majme vždy na zreteli, že písmo musí byť na projektore jasne viditeľné a čitateľné. Vyhl'adajme preto radšej moderné typy písma, ktoré sú pôsobivé a trendy. Výber vhodnej farby použitého písma závisí od pozadia snímky. Odporúča sa použiť tmavé písmo na bledom podklade. Prirodzene každý z nás má iný vkus. Rešpektujme však to, aby bol text čitateľný z každej časti miestnosti. Neodporúča sa kombinovať viac druhov písma počas jednej prezentácie. Takisto nie je vhodné používať písané písmo, pretože je ťažšie čitateľné.

Na samotné sprehl'adnenie textu používame odrážky, číselný zoznam, prípadne automatické tvary. Najpodstatnejšie slová môžeme farebne odlíšiť od ostatných podfarbením alebo zvýraznením.



Obrázok 7 - Typy písma

2.6.1 Veľkosť písma

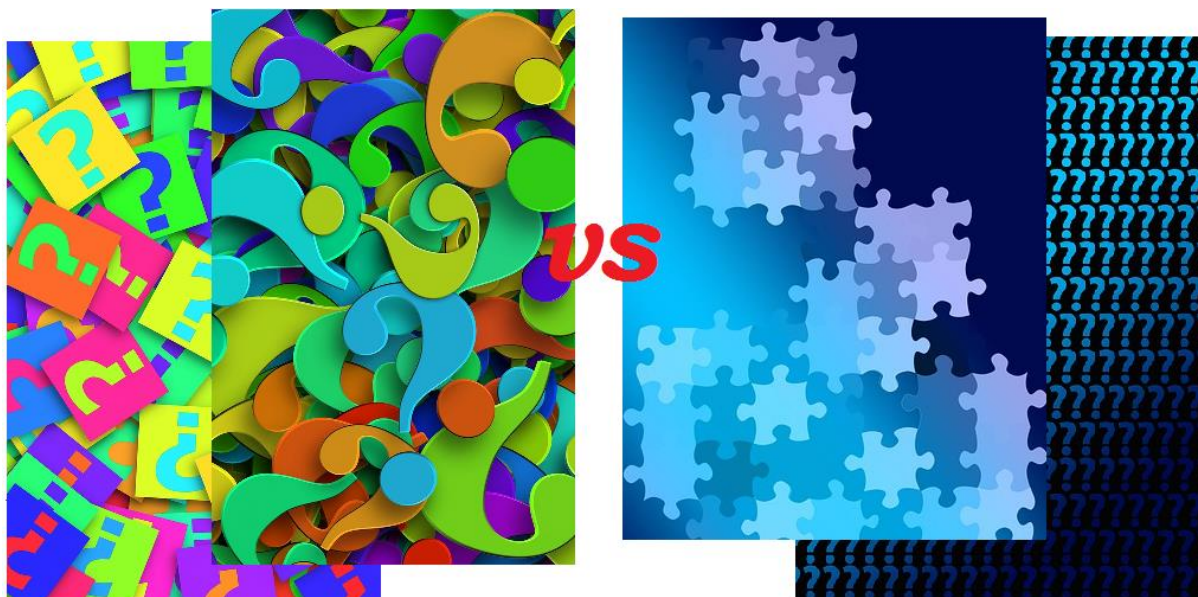
Najväčšiu veľkosť písma používame pre nadpis snímky, odporúčame veľkosť 30 – 35 bodov. Samozrejme to závisí aj od zvoleného typu písma. Jednotlivé kľúčové slová v jadre snímky odporúčame o 3 až 5 bodov menšie ako samotný nadpis snímky. Pokiaľ používame nasledujúce triedenie, prípadne ďalšie delenie kľúčových slov, použijeme znova veľkosť menšiu o 3 až 5 bodov ako v porovnaní so samotnými kľúčovými slovami.

2.7 Animácie

Animácie a efekty sú adekvátnym a primeraným nástrojom ako upútať svojich poslucháčov. Častou chybou tvorcov prezentácií je prílišné sústredenie sa na jej vizuálnu stránku. Pri jednotlivých aplikáciách na tvorbu prezentácií sa stretávame práve so širokou ponukou rôznych animácií či efektov. Znova preto pripomíname, že všetkého veľa škodí. Pokiaľ vkomponujeme do prezentácie animáciu, ktorá sa objaví na snímke, potom sa zatočí, začne poletovať zo strany na stranu a následne odletí preč, síce dokážeme, že sme počítačovo zdatní, ale v konečnom dôsledku to skôr bude pôsobiť humorne. Ak sa bude takto zjavovať a pohybovať sa po plátne každý nový podtext na snímke, tak dosiahneme práve to, že odpútame pozornosť poslucháčov od dôležitých informácií. Absolútne nevhodným je počas samotných prechodov používať zvukové podfarbenie. Pri prezentácii preto nesmie prevažovať povrchnosť, efekty, farby, zvuky, pretože poslucháči môžu byť sústredení na formu a samotná podstata im unikne. Vplyvom rôznych efektov sa nám nakoniec prezentácia iba zbytočne predĺži.

2.8 Farebná úprava

K častým nedostatkom prezentácií patrí nevhodná kombinácia farieb textu a pozadia. Posnažme sa vyvarovať chaotickému predstaveniu. Naopak ukážme kus elegancie a umenia. Niektorí ľudia majú pocit, že prezentácia, by mala obsahovať takmer všetky možné existujúce farby. Práve farebnosť jednotlivých snímok a kompaktnosť štýlu býva častým nedostatkom autorov prezentácií. Zvoľme si preto farby, ktoré k sebe prislúchajú. Ak si nevieme vybrať adekvátne farby, je možné využiť doplnkové farebné škály, ktoré využívajú aj profesionálni grafici. Pri voľbe farieb samozrejme nezabúdame na zloženie poslucháčov. Odlišné farby volíme, ak prednášame pre detských poslucháčov ako pre dospelých. Voľba vhodných farieb takisto závisí aj od druhu samotnej témy prezentácie.



Obrázok 8 - Farebné škály

2.8.1 Obrázky a ilustrácie

Ilustrácie dokážu vhodne vyplniť prázdne miesta na snímkach a doplniť ich celkovú myšlienku. Patria sem kreslené obrázky, fotografie, tabuľky či grafy. Ak prezentujeme pred spolužiakmi alebo v nejakej uvoľnenej atmosfére, môžeme použiť aj obrázky s humorným podtónom. Pokiaľ uvažujeme o vhodnosti použitých obrázkov, je dôležité si poriadne uvedomiť, pred akým publikom prezentujeme. Nezabúdajme na komentár k obrázkom.

2.9 Jazyk prezentácie

Ak je naša prezentácia znázornená v slovenskom jazyku, nepridávajme k nej obrázky s anglickým textom, pretože je nevyhnutné dodržiavať určitú kompaktnosť. Keď sa nám však nejaký obrázok pozdáva, aj s obsahom anglických slov, pokúsme sa ho prepracovať tak, že daný text preložíme do slovenského jazyka. Identicky to platí aj v opačnom prípade, a síce ak máme anglicky hovoriace publikum. To znamená, že celý text, vrátane obrázkov, by mal byť písaný v príslušnom jazyku. [7]

2.10 Čas prezentovania

Skúseného rečníka spoznáme ľahko podľa toho, že dokáže dodržať čas, určený na jeho prednes. Niekedy sa odporúča ukončiť prezentáciu o minútu skôr ako neskoršie. Je žiaduce ak máme v obecenstve niekoho, kto bude neustále venovať pozornosť a sledovať čas, s cieľom spomalenia, alebo prípadne zrýchlenia tempa prezentácie. Je to dôležité hlavne z toho dôvodu, aby sme sa v požadovanom čase dopracovali k svojmu poslednému snímku a teda záveru. [8]

3 POSLUCHÁČI

Ešte pred tým, ako pristúpime k samotnej príprave prezentácie, je potrebné sa zamyslieť nad štruktúrou publika, a to bez ohľadu na to, čo je cieľom našej prezentácie. Prednášať môžeme spolužiakom, obchodným partnerom, kolegom v práci či odbornej porote. Zo začiatku je potrebné, zistiť si základné informácie o tom, aký typ poslucháčov bude participovať na našej prezentácii. Najmä v akom sú veku a počte, z akých dôvodov sa plánujú na danom podujatí zúčastniť (povinnosť, záujem), a predovšetkým, či poznajú konkrétnu problematiku. Pokiaľ poslucháči nie sú odborníci v danej problematike, tak nepoužívajme odbornú terminológiu. Samotní poslucháči počas prednesu participujú na našej prezentácii. Je dôležité pochopiť, prečo nás poslucháči počúvajú a pripraviť si prezentáciu takým spôsobom, aby k nám boli títo vnímaví. Mali by sme vedieť, čo oni od samotnej prezentácie očakávajú, čo sa chcú dozvedieť, prípadne čo chceme my, aby sa dozvedeli. Podstatné je vedieť sa vcítiť do kože poslucháča, adekvátne si predstaviť to, čo sa chceme dozvedieť, čo nás zaujíma respektíve nezaujíma. Na základe tohto potom dokážeme správne predpokladať, či poslucháči očakávajú odborné fakty, alebo skôr iba zjednodušenú podstatu prednášanej témy. Podľa toho si môžeme určiť formu a obsah prezentácie, vizualizáciu, ale aj samotný štýl rozprávania. [9]

3.1 Spojenie s poslucháčmi

Vytvorme si ihneď od začiatku spojenie s poslucháčmi tým, že sa staneme senzibilnými. Ved' našim cieľom je predsa poskytnúť prípadne predať to, čo potrebujeme. Toto spojenie vytvára empatiu a podporuje samotných poslucháčov k vnímanosti našej prezentácie. Za kľúčové považujeme upriamanie pozornosti publika na seba samého. To je možné realizovať napríklad jednoduchým vložením prázdnej čiernej snímky do prezentácie, kedy sa poslucháč prestáva sústreďovať na prezentáciu a začína vnímať iba nás. Steve Jobs používal veľmi často takéto a podobné triky, a tým sa pozornosť všetkých poslucháčov sústredila samozrejme iba na neho. Zaujímajme sa o to, či nám všetci poslucháči rozumeli a či pochopili podstatu prednášanej témy. Niektorí poslucháči si často vytvárajú úsudok na základe zovňajšku a spôsobu prejavu, preto treba patričnú pozornosť venovať aj oblečeniu a tomu ako sme uhladení. [4]



Obrázok 9 - Spojenie s poslucháčmi

3.2 Rady pre uchvátenie publika

V nasledujúcich riadkoch sme sa snažili opísať, ako môžeme uchvátiť poslucháčov, respektíve udržať ich pozornosť počas celej prezentácie.

3.2.1 Zodpovedajme poslucháčom na otázku : “Čo z toho mám?”

Zbytočne budeme ľuďom rozprávať, aký výnimočný je konkrétny produkt či služba, dôležité je im povedať, akú hodnotu má produkt pre nich a až potom ich to začne zaujímať. Predkladajme im výhody, čo získajú, ak si prezentovaný tovar, či službu obstarajú. V opačnom prípade sa správajú k našej prezentácii ľahostajne. Tak to bohužiaľ funguje. [10]

3.2.2 Ovládnime svoj stav

Môže sa stať, že prezentujúci je chorý, prípadne sa mu prihodila neočakávaná udalosť. Avšak pri prezentovaní to nesmie dať najavo. Treba byť profesionálny, a to za každých okolností. Naše emočné rozpoloženie a naše problémy, ľudí v publiku nezaujímajú, vzhľadom na to, že oni majú dosť svojich problémov a starostí. A už vôbec by ich nemalo zaujímať celkové rozpoloženie prezentujúceho. Naopak ten sa vždy snaží vydať zo seba to maximum. Dôležité je byť hlavne neustále pozitívne naladený. [10]

3.2.3 Podmaňme si javisko

Postavme sa tak, aby na nás ľudia videli zo všetkých strán miestnosti. Veľmi dôležitá je posturika respektíve správne držanie a postoj tela. Stáť by sme mali pevne a ruky držať voľne pri tele, aby sme pôsobili prirodzene. Pri prezentovaní pred menším publikom nezabúdajme na proxemiku a teda priestorovú vzdialenosť medzi nami a poslucháčmi. Občas je vhodné zmeniť polohu, napríklad tým, že sa prejdeme. Odbúrame tým stres a nebudeme pôsobiť strnulo. Musíme však pri tom dbať na to, aby sme nezatienili na prezentačnú plochu plátna. [10]

3.2.4 Reč tela

Dokonalú reč tela ovláda len málo ľudí. Táto oblasť má taktiež svoje špecifické vlastnosti. Môžeme hovoriť akokoľvek zaujímavo, poskytovať pridanú hodnotu a byť nadšený pre danú vec. Ak ale naša reč tela nebude v súlade s tým, čo hovoríme, naším prezentovaním pohoríme a nenadchneme. Neverbálne prejavy a pohyby sú totiž tou správnou cestou k objaveniu pokladu. Tí, ktorí ju dokážu správne ovládať, vedia naplno využiť jej potenciál. Môžeme tým teda povedať, že reč tela je neodmysliteľnou súčasťou dokonalej prezentácie. [10]

Správna reč tela:

- Aj keď sa pri prezentovaní niekedy necítíme sebaisto, nedajme to na sebe poznať a hlavne ukážme sebavedomý postoj.
- Vplyvom nervozity sa ľahko môže stať, že sa nám zrýchli dych a tým aj celkové rozprávanie. Preto spomaľme dýchanie hlbokými nádychmi, čo nám pomôže k správnej artikulácii.
- Používajme primeranú gestikuláciu. Do výkladu súčasne zapájame aj ruky, vďaka čomu udržíme pozornosť poslucháčov.
- Ak včas spoznáme štruktúru publika, môžeme tomu prispôbiť aj štýl reči. Na základe toho je potrebné zvážiť používanie slangových výrazov, prípadne sa držať iba formálneho vystupovania.
- Neustále udržujeme očný kontakt s publikom. Vtedy sa presvedčíme, či ich náš prednes zaujal alebo naopak unudil. [7]

3.2.5 Ako vzbudiť napätie a očakávanie

Vymenovať, respektíve v tom horšom prípade prečítať fakty zo snímky ovláda každý. Často je ale potrebné vzbudiť u publika očakávanie, postaviť ľudí do strehu. Pokúsme sa vytvoriť zmysluplné diskusie, prípadne prerozprávajme príbeh, ktorý priamo súvisí s ponúkanou službou. Zo psychológie už vieme, že príbehy sú pre človeka kľúčové. Práve preto s takým nadšením počúvame vtipné či veselé príhody svojich známych, pozeráme filmy alebo čítame knihy. Príbehy sú jednoducho to, čo hľadáme všetci. Ľudia ich milujú, nielen tým, že pôsobia na ich rozum, ale zároveň aj na city. Originalita, dôvtip a humor sú našimi zbraňami, preto ich treba naplno využiť! [10]

V praxi jednoducho použijeme obrázok a rozpovieme autentický príbeh z vlastného života. Obrázok môžeme spojiť so zaujímavým citátom, ktorý vystihuje konkrétnu situáciu a naše poslanstvo vyjadríme elegantne, jasne a zapamätateľne.

Pokúsme sa zaútočiť na emócie poslucháčov. Ľudia nie sú zvyknutí nechať sa ovplyvniť alebo presvedčiť iba rozumom. Argumenty jednoducho niekedy nepostačujú. Musíme ich previazať s emóciou. To dokážeme spraviť buď pomocou už spomínaného príbehu alebo pomocou silných obrázkov. Ak budeme ľudí iba informovať a prevádzať ich zoznamom zoradených informácií, tak nič nedosiahneme. Musíme docieľiť, aby niečo cítili. Zo skúseností sa odporúča napríklad použiť vhodný obrázok, ktorý dokáže nahradiť veľa slov. Prezentujete o nadmernej produkcii odpadu? Ukážme poslucháčom zvieratá, ktoré trpia práve kvôli odpadu, ktorý produkujeme. Okrem silných emócií nezabudnime komunikáciu priebežne odľahčiť napríklad originálnou, veselou a hlavne príjemnou historkou.

Rady ako vzbudiť záujem u poslucháčov:

- Umiestnime pútavý nadpis na každú snímku.
- Používajme netradičné otázky, ktoré dokážu aktivizovať.
- Nezabúdajme na vtipné komentáre.

3.2.6 Budíme sami sebou

Poslucháči najťažšie odpúšťajú, ak sa pasujeme do role, ktorá nám je cudzia. Jednoducho sa pretvarujeme na niečo, čo bohužiaľ nie sme. To, čo sa pokúšame prezentovať, nám potom jednoducho neuveria. Preto je dôležité uvedomiť si svoje silné stránky a postaviť prezentáciu práve na nich. Zvyčajne to robíme práve naopak a sústredíme sa na svoje nedostatky. Výsledkom je potom tréma, ktorá nás počas prezentovania značne limituje.

Pre poslucháčov musíme byť dôveryhodným partnerom. Ľahko sa to povie, ale o to náročnejšie praktizuje. Ako to dosiahneme? Nepozerať sa do neznáma, ale udržujeme očný kontakt s ľuďmi v publiku. Používajme jednoduchý jazyk a krátke pauzy. Práve tie bývajú často zázračné. Krátke pauzy pomáhajú totiž poslucháčom nielen v správnej orientácii, ale tiež prezentujúcim odbúravať nevedomú trému, či nervozitu. Nebojme sa nezvyčajných metód prezentovania, ktoré nám často pomôžu odlíšiť sa od ostatných. Pripravíme tak poslucháčom zážitok, na ktorý tak skoro nezabudnú. [9]

3.3 Diskusia s poslucháčmi

V závere našej prezentácie sa spýtajme na otázky od poslucháčov. Odpovedajme stručne a zrozumiteľne. Buďme otvorení otázkam, reagujme prívetivo a neustále sa usilujme udržiavať pozitívnu klímu. Prvú otázku môžeme prijať s pochvalou, docielime tým väčšiu otvorenosť voči poslucháčom prípadne môžeme diskutujúceho vyzdvihnúť za jeho aktivitu. Pokiaľ je to možné, svoje tvrdenia podložíme faktami. Odpovede na otázky smerujeme všetkým v miestnosti, nielen pýtajúcemu sa poslucháčovi. Na otázky dáme dostatočný časový priestor. Pokiaľ nepoznáme odpoveď na otázku, nehanbime sa priznať, že momentálne nevieme odpovedať, ale môžeme ich dodatočne zaslať diskutujúcemu. Prípadne jednoducho priznáme nevedomosť. Je to vždy lepšie, ako povedať nejakú hlúposť, ktorou sa môžeme zbytočne iba ponížiť.

4 ZAČIATOK PREZENTOVANIA

Možno si to ani neuvedomujeme, ale samotný začiatok a koniec prezentácie rozhodujú vždy o výsledku prezentácie. V priebehu prvých 30 sekúnd je potrebné zaujať, inak nám publikum nebude venovať dostatočnú pozornosť. Zabudnime na zdĺhavé predstavovanie sa, obšírny obsah prezentácie a formality o tom, čo bude nasledovať. Ak chceme poslucháčov zaujať, musíme im ihneď predstaviť niečo, čo ich zaujme a viac už nepustí. Vtiahnime ich preto do diania dobre mierenou otázkou, vyslovením nejakého šokujúceho faktu alebo osobného príbehu.

Vhodný začiatok by mal byť:

- **Osobný** – ak v úvodnej časti prezentácie rozpovieme osobný príbeh ilustrujúci dôležitý bod prezentácie, jednoducho a efektívne tak predostrieme tému.
- **Nečakaný** – ukážme ľuďom niečo, čo je prekvapivé, niečo, čo je proti ich očakávaniam. Spravme alebo povedzme niečo, čo ich šokuje. Samotná emócia prekvapenia ich prinúti, aby sa sústredili a prebudili tak v sebe zvedavosť na to, čo bude ďalej nasledovať.
- **Obohacujúci** – predostrieme ľuďom niečo, o čom doteraz netušili. Začnime napríklad s fotkou, ktorú nikdy nevideli, príbehom, ktorý nikdy nepočuli alebo štatistikou, ktorú doteraz nepoznajú. Ľudia sú zvedaví a nasýtením ich zvedavosti pomôžeme aj sebe.
- **Spochybňujúci** – spochybňujeme bežné predpoklady a znalosti. Zapojme predstavivosť poslucháčov a vyprovokujme ich rôznymi otázkami. Ak začnú nad dobre mierenou otázkou intenzívne rozmýšľať, zrazu sme urobili z pasívnych poslucháčov aktívne publikum.
- **Vtipný** – využívajme humor a tým odľahčíme atmosféru v miestnosti. Smiech je chytľavý a ak sa nám to podarí vyvolať ho už na začiatku, máme všetky predpoklady k tomu, aby naša prezentácia dosiahla úspech. [5]

Na začiatku nemôžeme zabudnúť zdôrazniť to, čo je podstatným cieľom prezentácie. Už v úvode by malo byť jasné, kam smerujeme a čo chceme dosiahnuť. V opačnom prípade poslucháči nebudú vedieť, z akého uhla pohľadu majú obsah posúdiť.

4.1 Pred začiatkom prezentovania

Náš príchod do miestnosti naplánujeme tak, aby sme neprichádzali na poslednú chvíľu. Odporúčame preto prísť 20 až 30 minút vopred. Vyhňeme sa tak zbytočnému stresu, veď nikdy nevieme, čo sa nám môže prihodiť cestou. Je dobrým zvykom pozdraviť poslucháčov respektíve pokiaľ sme v miestnosti medzi prvými, tak vítať ďalších prichádzajúcich. Rozprávajme sa s poslucháčmi pred začiatkom. Do určitej miery tým spoznáme zloženie publika, prípadne sa ukážeme v inom obraze, ako nás neskôr uvidia pri prezentovaní. Ak si to prezentovaná téma vyžaduje, zvážme rozdanie potrebným podkladov pre poslucháčov, čo vykonáme ešte predtým ako samotný seminár začne.

4.2 Začiatok na čas?

Je dôležité kedy a akým spôsobom začneme. No nezabúdajme, že správny začiatok je až vtedy, keď sme úplne pripravený. Nenechajme sa znervózniť neskorými príchodmi poslucháčov. V ideálnom prípade by mala začiatok nášho prednesu určiť tretia osoba. Či už sa jedná o moderátora udalosti, prípadne niekoho iného, kto udalosť organizuje. Vo zvláštnych prípadoch môžeme zorganizovať pred začiatkom registráciu poslucháčov, prípadne menšie občerstvenie.

4.3 Prostredie a technika

Pred začiatkom je požadované pripraviť miestnosť, v ktorej sa udalosť uskutoční. Je dôležité aby sa každý prítomný účastník cítil pohodlne. Preto je potrebné zabezpečiť požadovaný komfort tak, aby sa nikto neocitol v tiesnených podmienkach a aby bolo z každého miesta dobre vidieť na prezentačné plátno. Môžeme sa o tom presvedčiť takým spôsobom, že sami si vyskúšame jednotlivé miesta pre poslucháčov. Nezabudnime na techniku! Všetku potrebnú techniku si vopred pripravíme a overíme jej funkčnosť. Porozmýšľajme nad rizikovým scenárom ako napríklad výpadok elektrického prúdu, zlyhanie kúrenia alebo klimatizácie, nadmerný hluk z ulice prípadne iné riziká. Za každých okolností je vhodné mať pripravený záložný scenár. Znova tým predídeme možným stresovým situáciám.



Obrázok 10 – Prostredie a technika

Technické prostriedky počas prezentovania sú žiaducim a dôležitým prvkom. K tomu, aby naša prezentácia bola pútavá a prehľadná, môžeme využiť podľa možnosti najvhodnejšie dostupné vizuálne pomôcky, ktorými sú dataprojektor, video, tabuľa, či textový materiál. Medzi ďalšie pomôcky patria mikrofón, ukazovadlo, názorné ukážky ponúkaného tovaru alebo iné doplnkové predmety. Pri ich výbere nezabudnime na účel, ktorý chceme dosiahnuť. Je teda potrebné položiť si otázku, či je našim účelom niečo vysvetliť, znázorniť, zhrnúť alebo len dobre pobaviť. Aj pri príprave vizuálnych pomôcok teda platí, že niekedy je menej viac. Preto treba pri samotnej príprave dbať na to, aby sme to s technikou neprehnali. Samotné technické aspekty nesmú prevyšovať obsah témy.

5 PREJAV

Prezentačné schopnosti, či lepšie povedané zručnosti, sú súčasťou nášho komunikačného nadania. Pri prejave obráťme svoju pozornosť na hlas, tempo, pauzy a pohyb. Svoje prezentovanie tak prispôbíme vnímaniu poslucháčov. Je veľmi dôležité, ako rozprávame, vystupujeme a ako sa tvárime. Dodržiavajme zásady rétoriky, hovorme zreteľne a snažme sa meniť tempo a dynamiku reči. Vyhýbajme sa monotónnemu hlasu a venujme dôkladnú pozornosť zrakovému kontaktu s poslucháčmi. Existuje veľa spôsobov ako zistíme koncentráciu publika. Napríklad môžeme upriamiť pozornosť na jedného človeka tým, že sa mu pozrieme do očí, povieme dôležitú myšlienku a urobíme pauzu. Toto sa postupne snažíme vyskúšať aj na ďalších, a tak budeme spolu neustále v zrakovom kontakte. Ak spozorujeme u poslucháčov, že si robia poznámky, pokojne spomaľme tempo, prípadne zopakujme vetu aj viackrát. Pokúsme sa takisto používať rôzne frazeologizmy alebo umelecké prostriedky. Využívajme menšie pauzy, a to najmä vtedy, ak chceme premostiť na odlišnú tému. Ak počas prezentácie urobíme bezvýznamnú chybu, ignorujme ju! Pomýliť sa predsa môže každý. Chybou by skôr bolo poukázať na takúto chybičku. [8]



Obrázok 11 - Prejav

5.1 Precvičme si svoju reč

Aj keď sme prezentáciu vytvárali úplne sami a všetky informácie obsiahnuté v nej brilantne ovládame, vždy je nevyhnutné si to ešte raz pred oficiálnym prezentovaním precvičiť akoby „naostro“ a predstaviť si, že už vystupujeme pred samotným publikom. Najlepšie si to nacvičíme pred zrkadlom, kde môžeme pozorovať svoje gestá, mimiku a naučíme sa vystupovať prirodzene a uvoľnene. Ak budeme dobre pripravení, naša istota sa prejaví aj v samotnom prednese. Toto platí hlavne pre prezentujúcich, ktorí nemajú dostatok skúseností s prezentovaním, majú problémy s vyjadrovaním, prípadne zvyknú pociťovať neistotu a stres. [7]

Samotným precvičovaním odstránime drobné nedostatky ako nefunkčné hypertextové odkazy, predimenzované animácie či neusporiadané poradie snímok. Takisto ním dokážeme overiť, či prezentácia spĺňa vytýčené ciele a požadovanú časovú reláciu určenú pre jednotlivé prezentácie.

5.2 Ako sa zbaviť trémy

Najmä pred začiatkom prezentácie ľudia často trpia trémou. Na tom nie je vôbec nič zlé, pretože tréma znamená, že nám na prezentácii a hlavne na jej výsledku záleží. Ale ako sa jej zbaviť? Najdôležitejšia je už spomínaná príprava. Ak sme dokonale pripravení, máme veci pod kontrolou. Koncentrujme sa hlavne na začiatok prezentovania. Toto sú práve tie najdôležitejšie okamžiky, kedy by sme si mali poslucháčov získať. Keď sa už od začiatku dostaneme do požadovaného tempa, začneme sa lepšie cítiť a prezentáciu tak úspešne zvládneme. V ideálnom scenári si to pred poslucháčmi začneme naozaj užívať. [8]

6 POZNANIE SVOJEJ PREZENTÁCIE

Vo viacerých publikáciách sa môžeme dočítať, že najdôležitejšie je poznať dôkladne svoju prezentáciu. Na prvý pohľad by sa mohlo zdať, že prezentovanie sa točí okolo techniky a obsahu jednotlivých snímok. Opak je však pravdou. Samotné snímky ani nepotrebujeme. Ak sa bez nich nevieme zaobiť, znamená to, že nie sme dostatočne pripravení. Ak nie sme dostatočne pripravení, potom pohltime snímky textom, a to je začiatok nášho konca.

Predstavme si situáciu, kedy by sme pre zlyhanie techniky boli zrazu donútení prezentovať bez podporných materiálov. Ak sme pozitívne pripravení, aj šťastie si k nám cestu nájde. Samotný Steve Jobs zakladateľ spoločnosti Apple bol známy perfekcionista a do prípravy svojho prejavu vkladal všetko úsilie. Bez ohľadu na náš štýl, dobrá príprava prezentácie nám poskytne pocit vyrovnanosti a klľudu, a preto by sme prípravu prezentácie v žiadnom prípade nemali podceňiť. [4]

Na záver snád' už len posledná rada. Nedostatok vedomostí nám nenahradí ani pútavá a jasná prezentácia. Preto sa snažme pripraviť na náš prednes s dostatočnými vedomosťami a zručnosťami, ktoré budeme vedieť čo najlepšie využiť. Poslucháč by sa mal dozvedieť všetko to čo od prezentácie očakáva a takisto by mal dostať odpoveď na každú jeho otázku či dotaz. Nezabúdajme, že úspech je len malý prejav toho, ako sa naozaj snažíme.

7 DOPLŇUJÚCE ODPORÚČANIA

V nasledujúcich kapitolách predstavíme odporúčania pre prezentujúcich a takisto si povieme o chybách, ktoré sa často v prezentáciách vyskytujú.

7.1 Moderátor podujatia

Pri prednese prezentácie je dôležité, aby ten, kto moderuje dané podujatie, bol informovaný o obsahu jednotlivých prezentácií. Je vhodné, aby vytváral príjemnú atmosféru už od uvedenia a predstavenia prezentujúceho. Počas prezentácie stanovuje vhodné tempo a sleduje reakcie všetkých zúčastnených poslucháčov. Je taktiež dôležité, prezentáciu doplniť otázkami a diskusiou s poslucháčmi, ku ktorej ich vyzýva samotný moderátor.

7.2 Prezentovanie v tíme

V úvode predstavíme nie len seba, ale aj svojich kolegov. Pokiaľ ukončíme svoju časť prezentácie, sme stále súčasťou tímu. Umiestnime sa bokom od nášho kolegu, ale neodchádzame. Pokiaľ si to situáciu nevyžaduje, do kolegovho prejavu nezasahujeme. Počas kolegovho prejavu sa netvárimo nezainteresovane, skôr naopak.

7.3 Zlepšovanie prezentačných schopností

Čím častejšie budeme prezentovať, tým rýchlejšie obrúsime hrany na našich prezentačných schopnostiach. Existuje viacero možností ako napredovať. Napríklad sa môžeme nechať sledovať a hodnotiť skúsenejším kolegom. Takisto môžeme vyskúšať nahrávať si našu prezentáciu a potom doma sledovať a analyzovať náš výkon. Zdokonaľiť sa vieme aj tým, že sledujeme iných skúsenejších prezentujúcich či profesionálnych rečníkov.

7.4 Chyby v prezentáciách

Aby sme sa vyvarovali častým chybám, ktoré sa vyskytujú v prezentáciách, spomenieme ich preto v nasledujúcich riadkoch.

- Nepoužívajme notoricky známe šablóny.
- Zabudnime na nudné štandardné typy písma.
- Nepreháňajme to s efektmi a animáciami.
- Nepreháňajme to s farbami.
- Používajme heslá, grafy a obrázky. [8]
- Vyhnime sa pozeraniu na hodinky či mobil.

8 APLIKÁCIE NA TVORBU PREZENTÁCIÍ

V nasledujúcej kapitole si predstavíme aplikácie, pomocou ktorých dokážeme vytvoriť prezentácie podľa našich predstáv. Existuje množstvo takýchto aplikácií. My sme sa snažili vybrať tie najvhodnejšie, aby si čitateľ mohol vybrať práve tú, ktorá mu najviac vyhovuje.

8.1 PowerPoint

Asi nikoho neprekvapí, že začíname práve týmto programom z dielne Microsoftu. Táto aplikácia dominuje ako prvá voľba zrejme pre väčšinu používateľov operačného systému Windows. Dlhé roky bol a ešte stále je štandardom pre programy na tvorbu prezentácie.

Výhodou PowerPointu je, že sa veľmi jednoducho a intuitívne ovláda. Vzhľadom k tomu, že tento nástroj využíva veľmi veľa používateľov, tak na internete dokážeme objaviť množstvo voľne dostupných šablón zatriedených do rôznych kategórií ako biznis, príroda, šport a ďalšie. Ďalšou výhodou je, že umožňuje vkladať poznámky pod každú snímku a zároveň ponúka možnosť zobrazit' tieto poznámky pre prednášajúceho na druhom monitore. To znamená, že tieto poznámky vidí iba prezentujúci a naopak poslucháči ich na zobrazenej snímke nevidia.

Nevýhoda je asi iba v cene. Nie je to práve najlacnejšia aplikácia. Microsoft ponúka okrem platenej verzie aj zjednodušenú on-line verziu zdarma, ale samozrejme s obmedzenými funkciami. K tomu iba potrebujeme mať vytvorený účet v Microsofte, a prezentácie budeme mať uložené cez úložisko cloud OneDrive s kapacitou až do 5 GB.

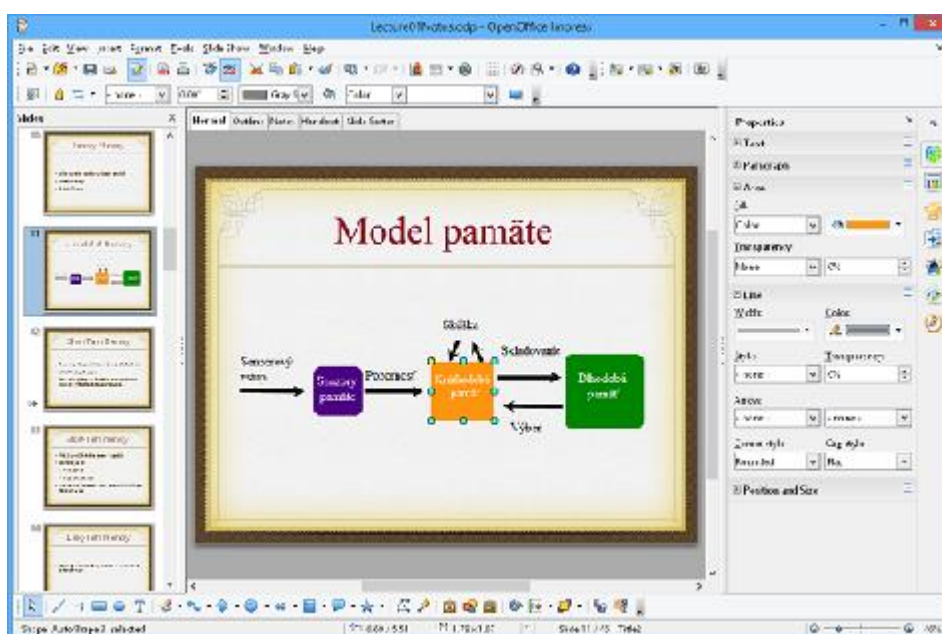


Obrázok 12 - PowerPoint [11]

8.2 OpenOffice Impress

Pokiaľ nechceme platiť za PowerPoint, tak práve OpenOffice Impress je skvelou alternatívou zdarma. Tento program je súčasťou kancelárskeho balíka OpenOffice. Táto aplikácia je kompatibilná s formátmi „.ppt“ a „.pptx“, teda s formátmi vytvorenými práve v aplikácii PowerPoint.

Program obsahuje dostatočné množstvo základných a pokročilých funkcií, animácií a prechodov medzi jednotlivými snímkami, ktoré nám dopomáhajú oživiť naše myšlienky. Na internete takisto nájdeme dostatočný počet voľne dostupných šablón na vylepšenie našej prezentácie. Samotné používateľské rozhranie je veľmi intuitívne, takže sa v ňom dokážeme pohybovať aj bez študovania manuálu. Nevýhodou tohto programu je najmä to, že na nás pôsobí dosť zastaralo.



Obrázok 13 - OpenOffice Impress [12]

8.3 LibreOffice Impress

Ďalšou skvelou alternatívou zdarma za PowerPoint je multiplatformový LibreOffice Impress, ktorý je takisto kompatibilný s formátmi .ppt a .pptx.

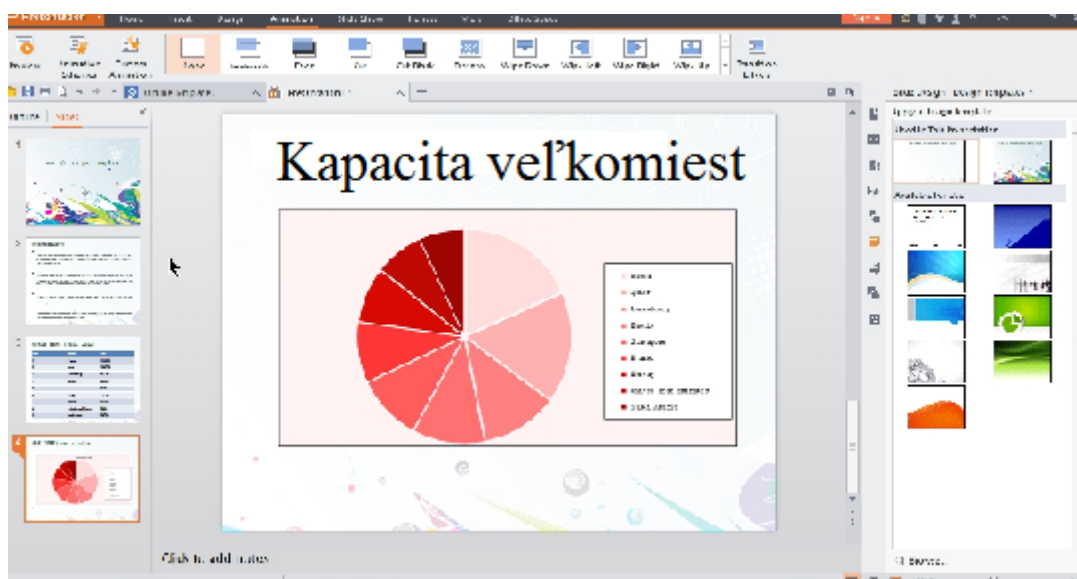
Zrejme ako každý softvér ponúkaný zadarmo, aj v tomto nájdeme rôzne nevýhody. Najvýraznejšou nevýhodou softvéru LibreOffice Impress je, že ak vytvoríme prezentáciu v OpenOffice Impress a otvoríme ju v PowerPoint (platí to aj naopak), tak sa nám môže zmeniť formát písma prípadne rozmiestnenie jednotlivých prvkov v snímkach.



Obrázok 14 - LibreOffice Impress [13]

8.4 WPS Office Presentation

Aplikácia od spoločnosti Kingsoft je takisto výbornou alternatívou za PowerPoint. Má takmer totožný vzhľad a rovnaké funkcie. Je s ním plne kompatibilná a podporuje formáty „ppt“ a „pptx“. Funguje na rôznych platformách operačných systémov, ale nepodporuje slovenčinu. Ďalšou nevýhodou pre používateľov, ktorí používajú neplatenú verziu programu je, že pri každom novom spustení vyskočí reklama. Tú môžeme vypnúť zhruba po piatich sekundách. Inak je aplikácia plne funkčná bez ďalších obmedzení.



Obrázok 15 - LibreOffice Impress [14]

8.5 Prezi

Tak ako bol PowerPoint prelomom pre tvorbu prezentácií v čase, keď sa prvýkrát dostal do povedomia ľudí, to isté spôsobila aj on-line aplikácia na tvorbu prezentácii s názvom „Prezi“.

Môžeme povedať, že práve Prezi v mnohom PowerPoint prekonala a patrí k najkreatívnejším možnostiam, ako urobiť dynamickú prezentáciu, ktorá poslucháča ponorí do deja. Samotný tvorcovia aplikácie uvádzajú, že Prezi pomáha nanovo objaviť umenie prezentovať. Jedná sa o webovú službu, vytvorenú v Maďarsku v roku 2009, ktorá ponúka tvorbu dynamickej prezentácie. Filozofia tejto aplikácie je úplne rozdielna oproti vyššie spomenutým prezentačným programom. Ponúka netradičné a kreatívne možnosti tvorby prezentácie. Môžeme si vybrať z väčšieho množstva graficky upravených pozadí snímok, do ktorých stačí už iba vložiť svoj obsah. Šablóny sú rozdelené do viacerých kategórií, vďaka čomu si jednoducho budeme môcť vybrať takú, ktorá nám bude tematicky vyhovovať. V súčasnosti má viac ako 75 miliónov používateľov.

Existuje viacero verzií programu počnúc od verzie „Basic“, ktorá je zadarmo, cez „Standard“ pre súkromné použitie až po „Premium“ určenú pre komerčné použitie. K dispozícii je aj verzia, ktorá je zdarma pre študentov a učiteľov. Pokiaľ chceme využívať práve verziu zdarma, je potrebné zaregistrovať sa na stránke programu s použitím školskej e-mailovej adresy. Celá prezentácia je dostupná v jednom obraze na počítačom veľkom plátne, na ktorom sú rozmiestnené jednotlivé objekty, ktoré sa približujú alebo oddiaľujú. Autor prezentácie následne vytvára jeho myšlienkovú cestu medzi jednotlivými objektmi. Prezentáciu je možné doplniť zvukom alebo videom a následne zdieľať s ľuďmi, ktorých chceme osloviť. Aplikácia ponúka veľké množstvo už spomínaných šablón, ktoré uľahčia zorientovať sa v logickom rozmiestnení informácií. Následne môžeme vkladať text, obrázky, videá, zvuk do vytvorených objektov a tým dotvárame cestu prezentácie. Práca s programom je intuitívna a výsledok odlišný od doteraz využívaných prezentácií. Všetky vytvorené prezentácie sú uchovávané on-line v konte používateľa a dostupné pre ostatným záujemcom. Používateľ má takisto možnosť stiahnuť si svoju prezentáciu a použiť ju v off-line režime.

Jediná nevýhoda spočíva v počítačom zisťovaní akým spôsobom táto aplikácia vôbec funguje. Ak sme však počítačovo zdatný, tak poľahky pochopíme jednotlivé funkcie a možnosti aké aplikácia poskytuje.

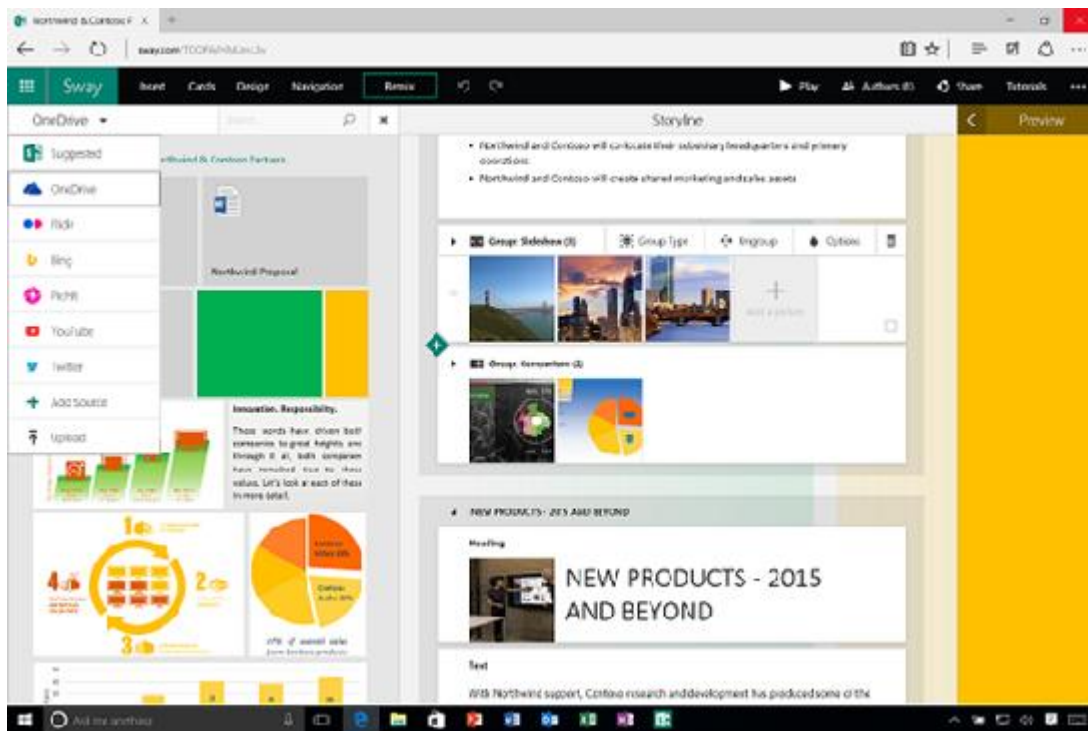


Obrázok 16 - Prezi [15]

8.6 Sway

Ďalšou aplikáciou na tvorbu dynamických prezentácií môžeme zaradiť program od spoločnosti Microsoft s názvom „Sway“, ktorý vznikol v roku 2015. Ide o program, ktorý je súčasťou on-line balíka „Office 365“ a je dostupný cez webové rozhranie. Pokiaľ chceme využívať túto aplikáciu, tak je potrebné zaregistrovať sa do konta spoločnosti Microsoft. Sway umožňuje používateľom kombinovať text s rôznymi médiami ako obrázky, videá, zvuk. Všetky vytvorené projekty sú uložené v konte používateľa na serveroch spoločnosti Microsoft a sú k dispozícii z akéhokoľvek webového prehliadača po prihlásení sa do konta. Pomocou Sway je možné vytvárať zostavy, prezentácie, bulletin, vlastné príspevky alebo fotoalbumy.

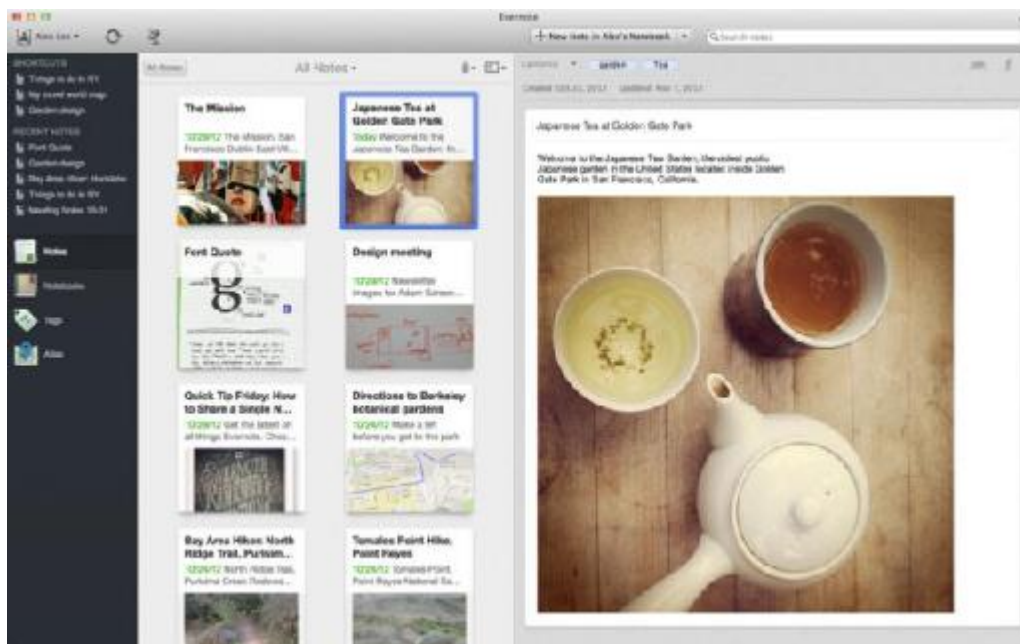
Samotná tvorba prezentácie sa vytvára cez scenár, ktorý pozostáva z kariet, do ktorých je možné vkladať rôzne typy obsahov, ako sú texty, obrázky, videá, zvuky a prepojenia. V každom kroku tvorby prezentácie je možné zobrazenie ukážky jej výsledného vzhľadu. V závere ponúka aplikácia možnosť zdieľania už vytvorenej prezentácie. Tvorba prezentácie, ktorú ponúka táto aplikácia, ukazuje na nové možnosti, ako rýchlo a nenáročne vytvoriť obsah, ktorý dokonale zaujme.



Obrázok 17 - Microsoft Sway [16]

8.7 Evernote

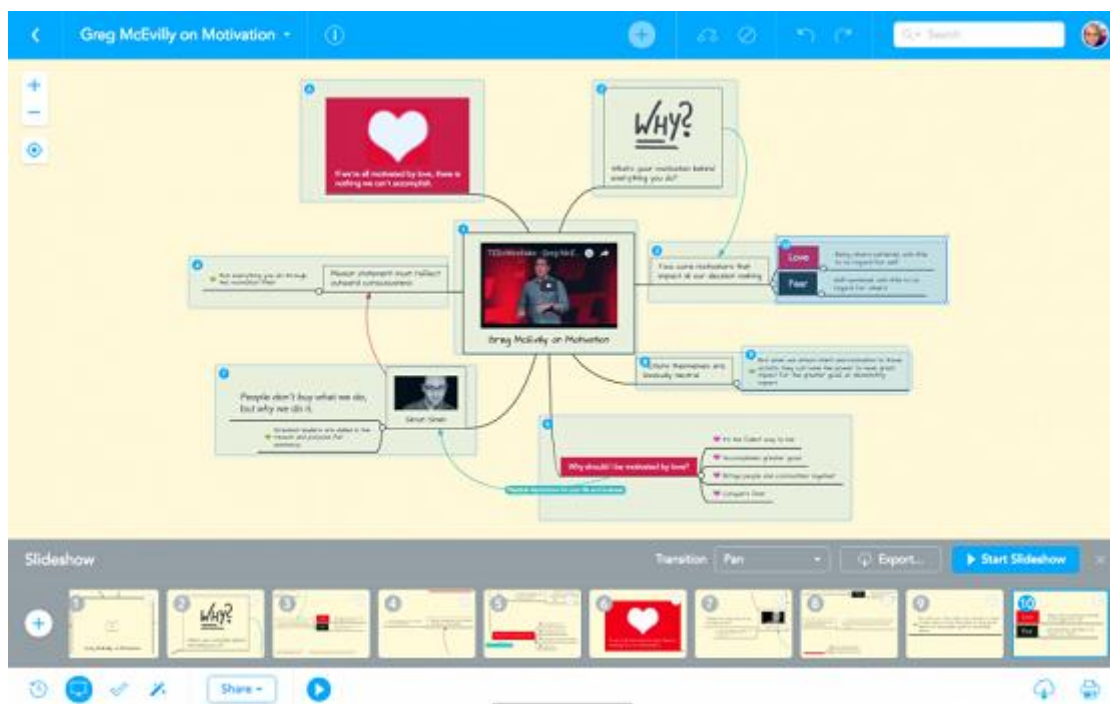
Evernote je on-line aplikácia na tvorbu a zapisovanie si poznámok. Vývojári tejto aplikácie neustále pridávali nové funkcie, až nakoniec vytvorili možnosť, pri ktorej si dokážeme z našich poznámok urobiť jedným kliknutím prezentáciu. Ak ste práve ten typ človeka, ktorý rád šetrí čas, kde sa len dá táto funkcia vám príde vhod a rýchlo si ju obľúbite.



Obrázok 18 - Evernote [17]

8.8 Mindmeister

Mindmeister už dlhé roky patrí k top on-line aplikáciám, ktoré nám slúžia na tvorbu myšlienkových máp. Svedčí o tom aj neustále rastúci počet používateľov z celého sveta. Táto aplikácia obsahuje funkciu, pomocou ktorej vytvoríme prezentáciu priamo z myšlienkovkej mapy. Táto funkcia sa vyznačuje jednoduchosťou a preto nám tvorba prezentácie trvá zopár minút. Do našej myšlienkovkej mapy môžeme okrem obrázkov pridávať aj videá či zvuky, čo urobí našu prezentáciu ešte pútavejšou. Veľkou výhodou je možnosť zdieľania nami vytvorenej mapy. Môžeme ju napríklad poslať svojmu kolegovi z práce, ktorý ju môže ďalej dotvárať či editovať. Svoje mapy tak môžeme ľahko zdieľať a pracovať na našich projektoch s ostatnými v tíme v reálnom čase. Má intuitívne a jednoduché ovládanie, takže nepotrebuje čítať dlhé a nudné manuály.

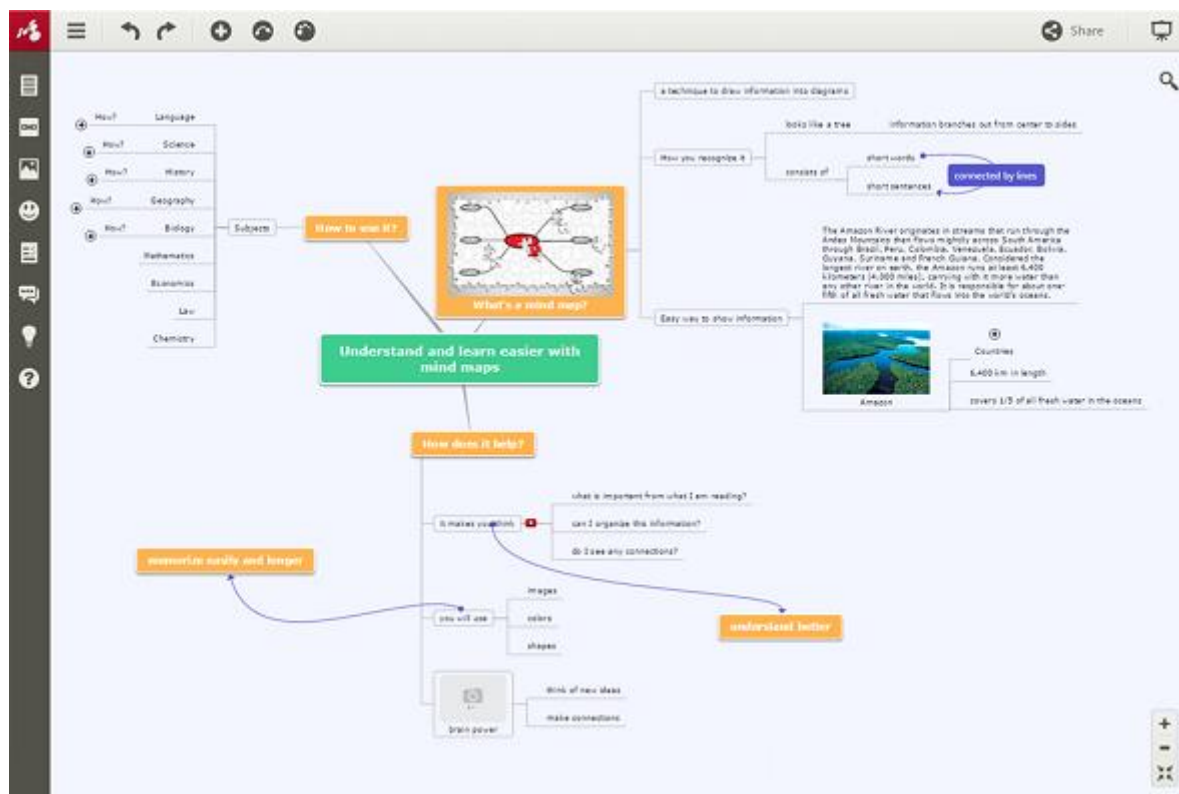


Obrázok 19 - Mindmeister [18]

8.9 Mindomo

Mindomo je síce menej známa aplikácia, no svojimi funkciami predstihne práve tie omnoho známejšie aplikácie. Funguje prostredníctvom on-line programu cez webový prehliadač a slúži na tvorbu myšlienkových máp. Vytvára vizuálne prítiahlivé myšlienkové mapy a takisto ponúka aj možnosť rozdeliť úlohy a zdieľať informačné zdroje medzi jednotlivými členmi tímu. Jednou z najdôležitejších funkcií je prezentačný mód, v ktorom iba

postačuje vyznačiť, ktoré myšlienky z mapy chceme umiestniť na snímku. Rovnako ako v Mindmeister, tak aj v Mindomo môžeme priamo do myšlienok vložiť video alebo zvuk, čím sa stane prezentácia oveľa zaujímavejšou a dynamickejšou. Nevýhodou je, že bezplatná verzia nám dovolí vytvoriť iba tri myšlienkové mapy, pričom nemôžeme nahrávať žiadny vlastný obsah.

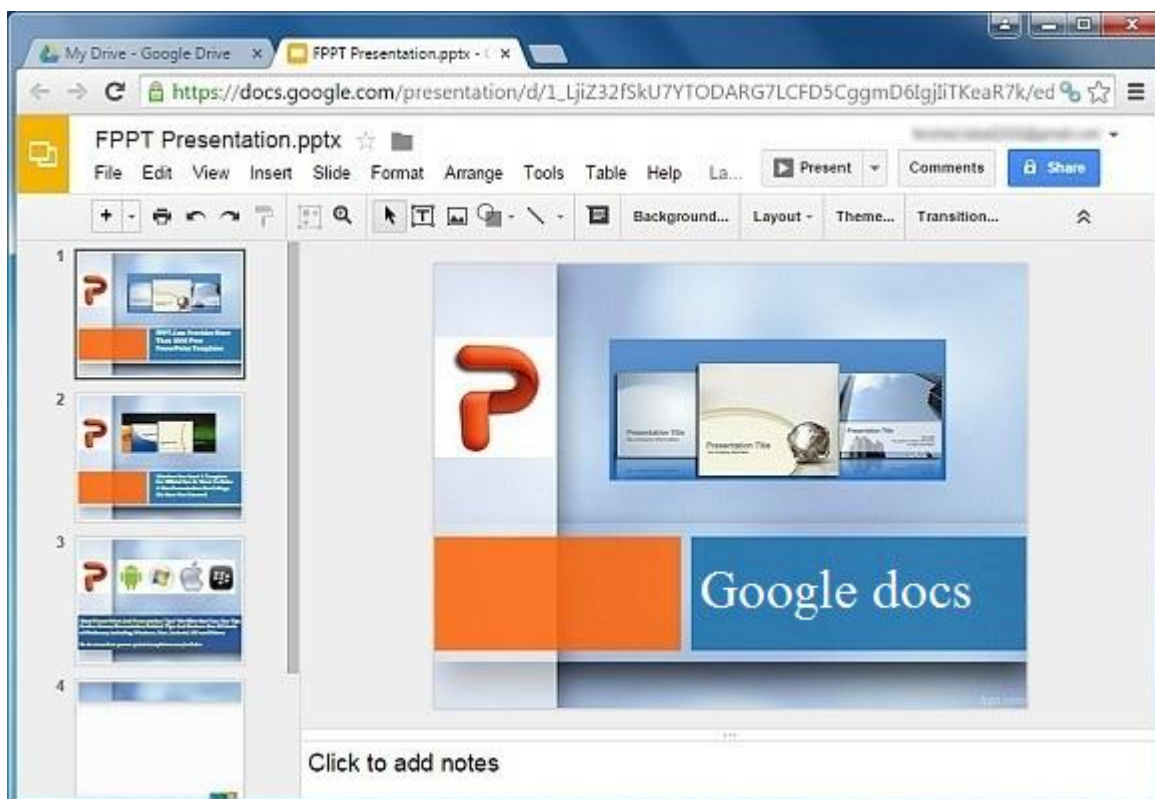


Obrázok 20 - Mindomo [19]

8.10 Google docs.

Ďalšou možnosťou je vytvorenie prezentácie prostredníctvom Google pomocou služby Google Docs. Je to aplikácia pre internetový prehliadač, ktorá slúži na tvorbu textových, tabuľkových, prezentačných, formulárových dokumentov a dokumentov typu kresba a je vhodnou alternatívou k programom PowerPoint a OpenOffice Impress. Táto služba ponúka podobné nástroje ako už spomínané aplikácie s tým rozdielom, že vďaka nej môžeme viacerí naraz participovať na spoločnej prezentácii prostredníctvom ukladania súborov na serveri. Jedinou potrebnou podmienkou kedy môžeme vytvárať viacerí spoločnú prezentáciu je, že všetci zúčastnení musia mať vytvorený účet v spoločnosti gmail. Prostredníctvom týchto účtov sa potom prihlásime do spoločného konta, pričom všetky naše vykonané zmeny v prezentácii vidia všetci zúčastnení. Takto dokážeme vytvoriť spoločnú prezentáciu bez toho, aby sme všetci zainteresovaní sedeli spolu pri jednom počítači. Ďalšou výhodou aplikácie je

tiež to, že je ponúkaná aj bezplatne a prístupná je na každom počítači s pripojením na internet bez nutnosti ďalšej inštalácie.



Obrázok 21 - Google docs. [20]

8.11 Xmind

Poslednou aplikáciou, ktorú spomenieme je Xmind. Patrí k najpoužívanejším a najpopulárnejším nástrojom na mentálne mapovanie na svete, ktorý sa neustále vyvíja. Okrem mentálneho mapovania obsahuje aj mnoho ďalších spôsobov, ako organizovať svoje myšlienky. Jednou z najdôležitejších funkcií, o ktorú sa daná aplikácia rozšírila je aj možnosť vytvoriť prezentáciu priamo z myšlienkovkej mapy. XMind patrí medzi multiplatformové aplikácie a jej bezplatná verzia je voľne dostupná a ľahko šíriteľná. Jej využívanie nie je časovo obmedzené. Za pozitíva môžeme považovať intuitívne klávesové skratky. Ďalšími výhodami sú rôzne formáty vizuálneho zobrazenia informácií, cestovné plány a iné. Užitočnou funkciou je aj zdieľanie, prostredníctvom ktorého môžeme sprístupniť naše myšlienkové mapy ostatným. K tomu nám postačuje byť registrovaným používateľom. Medzi mínusy patrí absentujúci výber vlastných obrázkov. Takisto na nás rušivo pôsobí aj ponuka menu, obsahujúca položky, ktoré fungujú iba v platenej verzii.



Obrázok 22 - Xmind [21]

Zvykne sa hovoriť, že raz vidieť je lepšie ako stokrát počuť. Aj u poslucháčov v publiku najviac zarezonujú prezentácie, ktoré nebudú prepracované len čo sa týka obsahovej stránky, ale upútajú aj vizuálne. Dobrá aplikácia na tvorbu snímkových prezentácií by mala poskytnúť našim prezentáciám potrebnú dávku efektivity a vizuálnej pútavosti. Práve preto sme v tejto kapitole spomenuli najznámejšie a najpoužívanéjšie aplikácie, pomocou ktorých dokážeme vytvárať prezentácie.

Spomenuté aplikácie tvoria iba zlomok v súčasnosti na trhu ponúkaných nástrojov na tvorbu prezentácií. Väčšina dnes dostupných aplikácií sa vyznačuje jednoduchosťou, intuitívnym ovládaním, možnosťou on-line zdieľania či uchovávanía prezentácií vo webových rozhraniach. Práca so spomenutými aplikáciami nie je komplikovaná a nevyžaduje si ovládanie náročných dizajnerských a aplikačných zručností. Takto vytvorené prezentácie sú dynamické, navzájom sa odlišujú a nechávajú vyniknúť aj ich autora. Ukazujú cestu, ktorou sa môže tvorba a následné prezentovanie uberať do budúcnosti. [23]

ZÁVEREČNÉ ZHRNUTIE

Prezentáciu v širšom slova zmysle môžeme chápať ako schopnosť prednášajúceho primerane a zrozumiteľne sprostredkovať svoje vopred pripravené informácie okoliu. Často si myslíme, že kvalitná prezentácia je výsadou rečníkov, moderátorov, či pedagógov. Pritom si ani neuvedomujeme, že každý deň sa niekomu predstavujeme, prezentujeme svoje myšlienky a predkladáme rôzne informácie. Prezentačné schopnosti sú však súčasťou našich komunikačných zručností, bez ktorých sa nezaobídu nielen manažéri, ale aj zamestnanci na mnohých špecializovaných pracovných pozíciách.

Prezentovať môžeme pred rozličnými poslucháčmi. Môže ísť o našich klientov, študentov, kolegov či dokonca investorov, ktorí potom hodnotia nami ponúkaný produkt, službu, prípadne prednášanú vzdelávaciu látku. Dobre urobená prezentácia je základným prostriedkom, ktorým musí človek disponovať, ak chce uspieť nielen v škole ale aj reálnom živote ako takom. Dobre podané myšlienky môžu dokonale zapôsobiť a môžu nám zabezpečiť úspech. Práve táto učebnica poskytuje základné informácie a cenné rady pre tých, ktorí chcú svoju prezentáciu zvládnuť čo najlepšie. Po prečítaní nami predloženej učebnice, by mal mať čitateľ ucelenú predstavu o tom ako prezentáciu správne vytvoriť, pripraviť sa na samotné prezentovanie, prezentovať a takisto dôstojne ukončiť svoje predstavenie. Pre zvládnutie prezentovania je potrebný predovšetkým tréning a prax, ale takisto aj spôsob myslenia a postojov k sebe a okoliu. Nezabúdajme, že prezentovanie by malo byť naša vášeň.



Obrázok 23 - Moderná prezentácia

Tak ako každá učebnica, aj táto ponúka na záver otázky a úlohy na preopakovanie si základných pojmov z oblasti tvorby prezentácií a úspešného prezentovania. Pokiaľ čitateľ pozorne čítal predloženú učebnicu, nebude mať problém na otázky zodpovedať.

Záverečné otázky na zopakovanie:

1. Čo chápete pod pojmom prezentácia?
2. Vlastnými slovami vysvetlite rozdiel medzi bežným dokumentom a prezentačnou snímku.
3. Prečo sa prezentácia javí ako určitá forma komunikácie?
4. Ktorými zmyslami dokáže človek prijať najviac informácií?
5. Ktoré základné prvky by podľa vás mala prezentácia predovšetkým obsahovať?
6. Ktoré kroky sú nevyhnutné pri tvorbe prezentácie?
7. Uveďte hlavné zásady pri tvorbe snímky.
8. Stručne opíšte samotnú štruktúru prezentácie (úvod, jadro, záver).
9. Čo všetko by mala obsahovať titulná snímka?
10. Ako by mala vyzeráť záverečná snímka?
11. Stručne vysvetlite pravidlo 30 - 20 - 10.
12. Čím by ste dokázali zaujať publikum?
13. Prečo by sme mali poznať zloženie poslucháčov v publiku?
14. Ako dokážeme vzbudiť napätie a očakávanie od poslucháčov?
15. V čom spočíva podstata vhodného úvodu samotnej prezentácie?
16. Ako zamedziť nadmernému stresu pred prezentovaním?
17. Ktorým grafickým chybám by sme sa mali v našich snímkach vyvarovať?
18. Kedy a akým spôsobom je vhodné vyvolať diskusiu s poslucháčmi?
19. Vlastnými slovami opíšte prezentovanie v tíme.
20. Vymenujte časté chyby, ktorým by sme sa mali pri tvorbe prezentácií vyvarovať.
21. Vymenuj aspoň 5 aplikácií na vytvorenie prezentácie.
22. Vlastnými slovami porovnajte aplikácie „PowerPoint“ a „Prezi“.
23. Stručne opíšte, ako by mal vyzeráť prejav počas prezentovania.
24. Čo si predstavujete pod pojmom „posturika“?
25. Vymenujte základné technické prostriedky, ktoré využívame pri prezentovaní.
26. Aká je z časového hľadiska odporúčaná dĺžka prezentácie?
27. Čo urobíte, ak nepoznáte vhodnú odpoveď na otázku od poslucháča?
28. Kedy je odporúčané prísť do miestnosti, v ktorej budeme prezentovať?

TERMINOLOGICKÝ SLOVNÍK

Posturoológia alebo **posturika** - znamená samotné držanie respektíve postoj tela a konfiguráciu jeho častí ako prejav vyššie uvedeného osobného charakteru. Posturiku začleňujeme medzi prvky neverbálnej komunikácie.

Gestikulácia - pochádza z latinského slova „gest“ čo v preklade znamená voľný alebo môžeme povedať aj neúmyselný pohyb rukou, prípadne inou časťou tela. Patrí do kategórie neverbálnej komunikácie, ktorý je založená na používaní rôznych posunkov. Gestikulácia ovplyvnila vznik reči a umožnila komunikáciu napríklad so zvieratami a s hluchonemými osobami. Veľmi často sa zvykne využívať počas divadelných predstavení.

Proxemika - je vedná disciplína, ktorá sa zaoberá štúdiom interpersonálnej priestorovej dištancie respektíve priestorovej vzdialenosti v sociálnej interakcii. Takisto sa jedná o formu neverbálnej komunikácie. Pojem **proxemický tanec** znamená neustále približovanie sa a vzdďľovanie sa.

S ohľadom na vzdialenosť medzi dvoma ľuďmi rozlišujeme:

- intímna sféra (15 až 44 cm),
- osobná sféra (45 – 120 cm),
- spoločenská sféra (1,2 m až 3,5 m),
- verejná sféra (3,6 m a viac – do 8 m).

Anekdota - krátky zábavný príbeh.

Slang - je špecifická vrstva nespisovných výrazov národného jazyka , ktoré sa používajú v súkromnom alebo neoficiálnom prostredí v obmedzenom okruhu ľudí, ktorí sa buď zaoberajú tou istou činnosťou alebo majú rovnakú sféru záujmov. [22]

Myšlienkové mapy - sú prirodzeným odzrkadlením toho, ako pracuje myseľ. Spája rôzne informácie okolo jednej hlavnej myšlienky a vytvára vhodné prepojenia.

Frazeologizmy - sú viacslovné ustálené pomenovania, ktoré nepriamo pomenúvajú skutočnosť. Medzi frazeologizmy patria príslovia, porekadlá, prirovnania a pranostiky.

Hypertextový odkaz - je prepojenie medzi webovými stránkami a predstavuje základnú metódu pohybu používateľov medzi stránkami. Samotné odkazy sa aktivujú buď textom, alebo inou časťou stránky, ktorá býva spravidla určitým spôsobom zvýraznená.

ZOZNAM POUŽITEJ A ODPORÚČANEJ LITERATÚRY

[1] Dostupné na internete:

<<https://www.istp.sk/clanok/234/putava-prezentacia-vasa-sanca-byt-uspesny>>

[2] Dostupné na internete:

<https://www.mup.sk/33/ako-spravne-prezentovat-comu-sa-vyhnut-pri-prezentacii-uniqueidmRRWSbk196Fv3xOw8VyVmJuNRf_IJkiQaWiEu4dYmFu4fu7Zij26Wg/>

[3] Dostupné na internete:

<<https://www.online.muni.cz/student/5046-8-rad-jak-spravne-prezentovat>>

[4] Dostupné na internete:

<<https://pekneprezky.sk/5-rychlych-rad-ako-uspesne-prezentovat-ako-steve-jobs/>>

[5] Dostupné na internete:

<<https://www.startitup.sk/tychto-5-osvedcenych-tipov-ti-zabezpeci-tu-najlepsiu-prezentaciu/>>

[6] Zdroj: Ing. Ján Kocák - Zásady tvorby prezentácii, Gymnázium gen. L. Svobodu v Humennom, Dostupné na internete:

<https://cloud6.edupage.org/cloud/zasady_prezentacie.pdf?z%3AssXI4BRqCadEWU3N4gwaIH%2F4C%2B0tYhOIM%2FtmcnXLIC9%2F5JitA81KlvF7%2FX4s5DbH>

[7] Dostupné na internete:

<<https://www.rybarova.sk/node/15>>

[8] Dostupné na internete:

<<https://eduworld.sk/cd/jaroslava-konickova/2340/ako-zvladnut-uspesne-prezentaciu>>

[9] Dostupné na internete:

<<https://www.online.muni.cz/student/5046-8-rad-jak-spravne-prezentovat>>

[10] Dostupné na internete:

<<https://www.andywinson.sk/blog/tipy-pre-ocarenie-publika/>>

[11] Dostupné na internete:

<<https://www.malavida.com/en/soft/microsoft-powerpoint/mac/#gref>>

[12] Dostupné na internete:

<<https://www.openoffice.org/product/impress.html>>

[13] Dostupné na internete:

<<https://www.edu.xunta.es/espazoAbalar/sites/espazoAbalar/files/datos/1426170127/contido/LibreOffice%20Impress/Impress%20-%20Carpeta%20autocontenida/Impress/intro.html>>

[14] Dostupné na internete:

<<https://cyberraiden.wordpress.com/2014/11/12/wps-office-2014-free-microsoft-office-alternative/>>

[15] Dostupné na internete:

<<https://blog.prezi.com/content-type/prezi-how-to/>>

[16] Dostupné na internete:

<<https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2015/10/08/sway-adds-onedrive-for-business-integration-sway-for-iphone-and-ipad-updates/>>

[17] Dostupné na internete:

<<https://www.iclarified.com/33943/evernote-for-mac-gets-new-premium-presentation-mode-feature-more>>

[18] Dostupné na internete:

<<https://www.mindmeister.com/content/meistertask>>

[19] Dostupné na internete:

<<https://www.mindomo.com/>>

[20] Dostupné na internete:

<<https://www.free-power-point-templates.com/articles/how-to-convert-powerpoint-files-to-google-slides-format/google-slides-presentation-jpg/>>

[21] Dostupné na internete:

<<https://www.xmind.net/blog/en/2013/10/>>

[22] Dostupné na internete:

<<https://sk.wikipedia.org/wiki/Slang>>

[23] Kraviarová M.: Nové trendy v tvorbe prezentácií, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove, Dostupné na internete:

<<https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Regrutova1/subor/Kraviarova.pdf>>

ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV

Obrázok 1 - Prezantovanie	7
Obrázok 2 - Spôsobu prijímania informácií	7
Obrázok 3 - Životnosť informácií	8
Obrázok 4 - Dokument verzus snímka	9
Obrázok 5 - Obsah snímky	11
Obrázok 6 - Šablóna snímky	15
Obrázok 7 - Typy písma	15
Obrázok 8 - Farebné škály	17
Obrázok 9 - Spojenie s poslucháčmi	19
Obrázok 10 - Prostredie a technika	25
Obrázok 11 - Prejav	26
Obrázok 12 - PowerPoint [11]	30
Obrázok 13 - OpenOffice Impress [12]	31
Obrázok 14 - LibreOffice Impress [13]	32
Obrázok 15 - LibreOffice Impress [14]	32
Obrázok 16 - Prezi [15]	34
Obrázok 17 - Microsoft Sway [16]	35
Obrázok 18 - Evernote [17]	35
Obrázok 19 - Mindmeister [18]	36
Obrázok 20 - Mindomo [19]	37
Obrázok 21 - Google docs. [20]	38
Obrázok 22 - Xmind [21]	39
Obrázok 23 - Moderná prezentácia	40