**Урок №3.** .

**Тема «Продвижение и презентация программной продукции»**

***Презентация и продвижение***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Презентация*** — самостоятельная акция, которая может выступать в форме приема, представления компании, первых лиц, новой продукции компании приглашенной аудитории. Как правило, ***презентация*** ***компании*** проводится по случаю ее открытия или создания, ежегодной демонстрации новых достижений, новых видов продукции, услуг, нового лица компании. Презентуется то, что можно увидеть, потрогать, попробовать или прочитать. При ***выходе на новые рынки сбыта*** также организуется презентация компании в стране, где открываются филиал, подразделение или представительство. Презентации отличаются от ***пресс-конференции*** прежде всего большим количеством приглашенных от различных общественных кругов, большим акцентом на культурную программу, а главное — тематикой. Если пресс-конференции обычно посвящены проблемным темам, то презентации связаны ***с определенными конкретными результатами в деятельности компании,*** к которым есть смысл привлечь внимание СМИ и общественности. Презентации устраиваются для потенциальных потребителей, покупателей, партнеров, инвесторов, обязательно приглашаются представители СМИ. Продолжительность презентации в каждом конкретном случае зависит от представляемого материала. Естественной особенностью всякой презентации является ограниченность ее продолжительности. Презентация, как и пресс-конференция, предусматривает ***сессию вопросов-ответов.*** Проведение презентации включает следующие этапы. 1. Определение цели и ее приоритетов в области привлечения новых клиентов, формирования имиджа компании, привлечения новых партнеров, в том числе выгодных поставщиков, инвесторов, улучшения отношений с местными органами власти, определенными кругами общественности. 2. Обоснование ***концептуализации*** презентации путем формирования идеи, определения места и сроков проведения, состава участников и размеров совокупных затрат. Целесообразно начинать презентацию во второй половине дня, ее продолжительность - не более 4 часов, в том числе торжественная часть и культурная программа — 1,5-2 часа, ужин или фуршет — 2 часа.  3. Разработка программы презентации**.** Назначается ответственный (ведущий), занимающий высокий пост в администрации компании и владеющий ораторским искусством и навыками международного этикета. Как правило, сценарий презентации следующий: - ведущий представляет руководителей компании и важных гостей; - показываются рекламные фильмы длительностью 7-12 минут с сюжетами, отражающими идею презентации (***инновационность***, общественная значимость, ***актуальность*** и ***оригинальность*** объекта презентации**);** - ведущий предоставляет слово руководителям компании для кратких сообщений на 2-3 минуты с демонстрацией образцов, макета новых видов продукции, технологий; - отводится время на вопросы присутствующих и ответы на них руководителей компании и ведущих специалистов; - ведущий предоставляет слово гостям для выступления с пожеланиями, комментариями, поздравлениями, предложениями и конструктивными замечаниями; предусматривается вручение сувениров, памятных альбомов, значков, адресов; - заключительная часть предполагает проведение банкета, фуршета, неформальный обмен информацией, контакты и другие формы делового ***PR-общения***. Ведущему полезно знать типы вопросов, способных нести опасность для презентации: вопрос — скрытое возражение, оборонительный вопрос, испытующий вопрос, вопрос-демонстрация, вопрос-вызов.  1. ***Вопрос-возражение*** — задается в ситуациях, существенно угрожающих интересам того, кто этот вопрос задает. Справиться с этим можно при помощи обычных приемов: - не занимать оборонительную позицию; - переформулировать вопрос для себя; - не вступать в предлагаемый спор; - упомянуть о выгодной стороне дела. 2. ***Вопрос-переадресация*** — задают в случаях, когда предложение ведущего может задеть интересы того, кто задал вопрос. Обычный способ успешно справиться — это переадресовать вопрос самому задающему, добиться, чтобы он разговорился, затем, если есть затруднение разрешить вопрос на фактическом уровне, передать его другим членам группы.   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |   3. ***Вопрос-демонстрация*** — задают с целью показать коллегам, как хорошо информирован задающий вопрос. Здесь уместна публичная похвала знаний оппонента, подтверждающих то, как он осведомлен и компетентен. 4. ***Вопрос-испытание*** — предназначен для проверки знаний и опыта ведущего. Основное здесь — не оправдывать своего незнания и некомпетентности в данном вопросе. Полезно пообещать задавшему вопрос выяснить неизвестное и выполнить это обещание. 5. ***Вопрос-компромисс*** — задается, когда ***оппонент*** высказывает некоторое суждение, ***конфликтогенное*** по своему потенциалу. Направлен на предупреждение возникновения конфликта и примирение оппонирующих сторон путем перефразирования прозвучавшего высказывания со смягчением формулировки. 6. ***Вопрос-вызов*** — звучит, когда ведущий высказывает некоторое суждение, неосторожно посягающее на область знаний одного из зрителей. Оптимально — мгновенно отступить, сохраняя достоинство, возвращая оппоненту права в его владениях и по возможности спросить у него совета. 7. ***Вопрос-предупреждение*** — задается, когда оппонент высказывает резкое суждение, конфликтогенное по сути. Направлен на предупреждение возникновения конфликта путем демонстрации своей решимости отстаивать свою точку зрения и способности ее рационально аргументировать. В целом трудные вопросы лучше всего переадресовывать коллеге-эксперту, другому члену аудитории, предложить для всеобщего обсуждения. Можно также отсрочить ответ на сложный вопрос, дать себе время для обдумывания, но обязательно вернуться к нему в дальнейшем. В любом случае их нельзя замалчивать, уходить от них, это может произвести на подготовленную аудиторию, искушенную в ведении дискуссий, крайне неблагоприятное впечатление и породить недоверие ко всей сообщенной информации. | |
|  |
|  |

***Вопросы для повторения.***

1. В каких случаях устраивается презентация?
2. Охарактеризуйте общие этапы проведения презентации.
3. Какого типа вопросы могут быть заданы в ходе презентации?
4. Охарактеризуйте вопросы каждого из типов.
5. Как выйти из затруднительной ситуации при ответе на провокационные вопросы?
6. Что представляет собой вопрос-переадресация?

***Задания для самостоятельной работы.***

1. Используя средства Интернет, найти и выписать значения следующих терминов: ***пресс-конференция, сессия вопросов-ответов, концептуализации презентации, инновационность, актуальность, оригинальность, PR-общение***.

***Оценка выполнения заданий по уроку №3.***

1. Выполнение самостоятельного задания: max 8 баллов (7 составляющих по 1 баллу за термин + 1 балл за аккуратность исполнения).

***Всего за урок №1 – max 8 баллов***

***8 баллов – «5»***

***7-6 баллов – «4»***

***5 баллов - «3»***