

presenting
present
presentable
onpresentable
presentation
presentationable

bijan Pasban Hazrat



دوشنبه ها | ساعت ۱۸:۳۰ - ۲۰:۳۰

EDUCO

آشنا

4 C's of 21st Century

Critical Thinking
Communication
Collaboration
Creativity

10 Sessions Journey

To register contact: 09196293133

No 11, Taban Street, South Mosadeq Street, Mirdamad Boulevard

every MONDAY from 18h30 till 20h30,
we will PLAY, WATCH, DISCUSS & DEBATE.
look for us inside KHANEH ASHENA.

خانه آشنا

PLAY
WATCH
DISCUSS
DEBATE

EDUCO

ارتباط (Communication) چیست

ارتباط تبادل اطلاعات، ایده ها، احساسات و افکار است

ارتباط به ما کمک می کند تا بدانیم نیازهای دیگران چیست
و چگونه آن نیازها را برآورده کنیم

عناصر ارتباطی

(Elements of Communication)

پیام (The Message)

- اطلاعات، ایده ها یا افکار
- آنچه را که می خواهید به شخص دیگری منتقل کنید

فرستنده (Sender)

- فردی که پیامی برای ارسال ایجاد می کند

گیرنده (Receiver)

- فردی که پیام را از فرستنده دریافت می کند

هر سه عنصر ضروری هستند. بدون هیچ یک از عناصر، ارتباط نمی تواند رخ دهد.

انواع ارتباط*

(Types of Communication)

کلامی (Verbal):

- واژه ها (Words)

— نوشته شده (Written)

— صحبت کردن (Spoken)

غیر کلامی (Nonverbal):

- ژست ها (Gestures)

— حالات چهره (Facial expressions)

— اخم کردن (Frowns)

— لبخند زدن (Smiles)

— وضعیت/زبان بدن (Body posture/language)

— لمس کردن (Touch)

— استماع (Listening)

* پیام ها

انواع ارتباط*

(Types of Communication)

ارتباط کلامی (Verbal)

پیام های گفتاری (Spoken)

- لحن صدای ما، زبانی که استفاده می کنیم و پیامی که ارسال می کنیم همه توسط گیرنده تفسیر می شوند
- همیشه واضح و مختصر صحبت کنیم

پیام های نوشتاری (Written)

- املا ها را درست بنویسیم، از دستور زبان مناسب استفاده کنیم و واضح و مختصر بنویسیم

* پیام ها

انواع ارتباط*

(Types of Communication)

ارتباط غیر کلامی (Nonverbal)

ژست ها (Gestures)

- حرکات بخشی از بدن برای بیان احساسات یا عواطف
- به عنوان مثال: شانه های خود را بالا انداختن، پشت خود را برگردانید، در حالی که کسی در حال صحبت است از
- اتاق خارج شدن

لمس کردن (Touch)

- می تواند مراقبت و نگرانی یا طرد و خشم زیاد را منتقل کند
- لمس می تواند علاقه و توجه بیشتری را نسبت به کلمات نشان دهد

* پیام ها

سبک های ارتباطی*

(Communication Style)

ارتباط غیر فعال (Passive)**

- به دیگران اجازه می دهد مکالمه را کنترل کنند

ارتباط تهاجمی (Aggressive)**

- قدرت را از دیگران می گیرد و ارتباطات از بین می رود

* فرستنده و گیرنده

سبک های ارتباطی*

(Communication Style)

ارتباط قاطعانه (***) (Assertive)

- راهی صادقانه و مستقیم برای بیان آنچه احساس یا فکر می کنیم
- ما این حق را داریم که دیگران ما را بشنوند و باور کنند
- ما باید درک کنیم که در زمان مناسب نه بگوییم
- قاطعانه ارتباط برقرار کردن قدرت یا اقتدار را از دیگران سلب نمی کند و به ما قدرت می دهد که صحبت کنیم و
- شنیده شویم

* فرستنده و گیرنده

** بیشتر افراد بسته به احساسات یا افکارشان در آن زمان به هر سه سبک ارتباط برقرار می کنند.

*** مؤثرترین سبک، ارتباط قاطعانه است.

عناصری که بر ارتباط ما با دیگران تأثیر می گذارد*

پیش داوری، تعصبات (Prejudices)

- نظرات یا سوگیری هایی که بر احساس شما نسبت به دیگران و نحوه ارتباط شما با آنها تأثیر می گذارد

سرخوردگی ها (Frustrations)

- بی حوصلگی، دلخوری، عصبانیت

نگرش های (Attitudes)

- بی علاقگی، بی حوصلگی، خلق و خوی بد

تجارب زندگی (Life Experiences)

- شناخت رفتار خودتان

* پیام، فرستنده و گیرنده

استماع*

(Listening)

- علاقه و نگرانی خود را نسبت به آنچه گوینده می گوید نشان دهیم
- هوشیار باشیم و با گوینده تماس چشمی داشته باشیم
- از قطع کردن سخنران خودداری کنیم
- به صحبت های گوینده توجه کنیم
- از فکر کردن در مورد اینکه چگونه قرار است پاسخ دهیم، خودداری کنیم (Reflect)**

* گیرنده

** مهارت گوش دادن فعال

استماع*

(Listening)

- اگر بخشی از پیام را متوجه نشدیم، توضیح بیشتر بخواهیم (Clarification)**
- خلق و خوی خود را تحت کنترل داشته باشیم و نگرش مثبت خود را حفظ کنیم
- اظهارات را به گوینده منعکس کنیم تا به گوینده بفهمانیم که عبارات شنیده می شوند

* گیرنده
** مهارت گوش دادن فعال

همدلی (Empathy)

احساس و ابراز همدلی با عملکرد بهتر در کار های تیمی ارتباط مستقیم دارد

- نسخه هایی از واقعیت (Versions of Reality)

- نسخه من و نسخه دیگران

- مفاهیم را دنبال کنیم و نه کلمات

- - ما در مقابل آنها - مثال الیور تویست

- مشاهده کردن دیگران

- گوش دادن فعال

* فقدان همدلی را می توان در تیم هایی مشاهده کرد که درگیری های تکراری و حل نشده دارند. ممکن است در طول جلسات ناخواسته دیگران را آزار دهند یا ناراحت کنند و به ندرت وقت می گذارند تا نظر خود را توضیح دهند یا دیدگاه دیگران را جویا شوند.

شنونده، بیننده شما کیست

ویژگی‌های جمعیتی

اطلاعاتی در مورد سن، جنسیت، شغل و سطح تحصیلات جمع آوری کنید.
در نظر بگیرید که این ویژگی‌ها چگونه ممکن است بر دیدگاه‌ها و علاقه‌های آن‌ها تأثیر بگذارند.

دانش و تخصص

میزان آشنایی مخاطبان با موضوع شما را ارزیابی کنید.
تعیین کنید که آیا آن‌ها مبتدی، میانه یا پیشرفته هستند.

پس‌زمینه فرهنگی

جزئیات فرهنگی را در نظر بگیرید که ممکن است بر نحوه دریافت پیام شما تأثیر بگذارد.
از پس‌زمینه‌های گوناگون مردم احتیاط کنید و محتوای خود را به موقعیت مرتبط کنید.

نگرش‌ها و باورها

نگرش‌ها و باورهای موجود مخاطبان در مورد موضوع شما را ارزیابی کنید.

شنونده، بیننده شما کیست

اهداف و انتظارات

بفهمید که مخاطبان امیدوار به دست آوردن چه چیزی از ارائه شما هستند. انتظارات آن‌ها را در نظر بگیرید و محتوای خود را با اهداف آن‌ها هماهنگ کنید.

انگیزه‌ها و چالش‌ها

انگیزه‌های مخاطبان برای شرکت در ارائه شما را بررسی کنید.

چالش‌های مشترکی که ممکن است با آن مواجه شوند را شناسایی کنید و راه‌حل‌ها را برای این چالش‌ها طراحی کنید

اولویت‌های گروه

دینامیک‌ها و سلسله مراتب درون گروهی را در مخاطبان مشاهده کنید.

در نظر بگیرید آیا زیر گروه‌هایی با علایق یا نگرانی‌های خاص وجود دارند.

شنونده، بیننده شما کیست

اندازه مخاطبان:

سبک ارائه خود را بر اساس اندازه مخاطبان تطابق دهید.
گروه‌های بزرگ ممکن است از وسایل بصری بیشتر بهره‌مند شوند، در حالی که گروه‌های کوچک امکان تعامل نزدیک‌تر را فراهم می‌کنند.

مکانیسم بازخورد:

کانال‌های بازخورد در طول و پس از ارائه را تعیین کنید.
از سوالات و نظرات استفاده کنید تا مشارکت فعال را تضمین کنید.

ساختار سخنرانی / پرزنتیشن

سخنرانی درباره چیست؟

انتخاب موضوع

نکته‌ای آن چیست؟

از میان سه ایده، بهترین را انتخاب کنید که به بهترین شکل پیام شما را منعکس کنند و اینها را به عنوان اساس بخش اصلی سخنرانی‌تان قرار دهید.

چه چیزی از آن به یاد می ماند؟

ساختار به یادآوری کمک بسیاری می کند.

چرا ساختار اهمیت دارد؟

آسان‌تر قابل درک است

تماشاگران شفافیت را می‌پسندند. یک سخنرانی سازمان‌یافته به آنها کمک می‌کند تا پیام شما و هدف آن را درک کنند.

آسان‌تر به یاد می‌آید

سازمان‌دهی به شناسایی و به یاد آوردن نقاط اصلی کمک می‌کند و سخنرانی شما به یاد ماندگارتر خواهد بود.

اعتبار سخنران

ارائه‌دهندگان که زمان می‌گذارند تا ارائه‌های خود را با دقت سازمان‌دهی کنند، به عنوان افرادی مطلع و قابل اعتماد تلقی می‌شوند.

نمونه های از ساختار سخنرانی / پرزنتیشن

زمان بندی

موضوع بر اساس زمان ترتیب داده می شود. (از گذشته تا حال)

فضایی

این نوع سخنرانی از یک جهت پیروی می کند. (Manual)

علتی

این نوع سخنرانی ارتباطات علت و معلولی را نشان می دهد. (گرمایش زمین)

مقایسه ای

شما پیشنهادات یا برنامه های مختلف را مقایسه و مقایسه و مقایسه و می کنید.

موضوعی

این سخنرانی موضوع اصلی را به زیرموضوع ها تقسیم می کند.

مشکل و راه حل

مشکلی را مطرح می کنید که باید حل شود و راه حلی برای آن ارائه می دهید.

Opening, Body & Conclusion

Opening

سخنرانی خود را با یک جمله شروع جذاب شکل دهید تا توجه حضار را جلب کنید.

Body

انتخاب چند نکته اصلی (حداکثر سه یا چهار) و تاکید بر آنها با استفاده از مثال‌ها، داستان‌ها یا آنکدوت‌ها.

Conclusion

ایجاد یک خاتمه قوی که ایده اصلی را تاکید کند و سخنرانی را به ختم برساند.

یادمون نره که...

یک شروع و پایان به یادماندنی به شما این امکان را می‌دهد که با اعتماد به نفس و راحتی سخنرانی خود را شروع و پایان دهید.

از حضار نترسید. آنها را به عنوان دوستانی ببینید که مشتاق کمک به شما هستند و می‌خواهند موفق شوید.

بررسی یک سخنرانی/

نقاط قوت گوینده چیست؟

چقدر حضار با گوینده آشنا شدند؟

آیا سخنران به میزان کافی آمادگی داشت؟

آیا گوینده به وضوح و بلند حرف زد؟

آیا سخنرانی یک آغاز، وسط، و پایان قطعی داشت؟

لطفاً در مورد استفاده گوینده از یادداشت‌ها نظر دهید.

گوینده چه کارهایی می‌توانست انجام دهد که موجب بهبود سخنرانی شود؟

در مورد ارائه چه چیزی را دوست داشتید؟