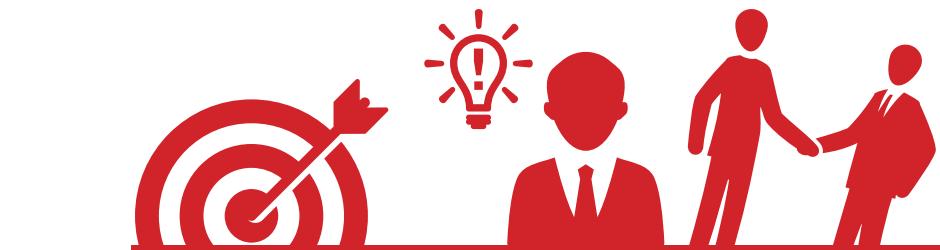




TÜBİTAK

**Etkili Sunumlar için
El Kitabı**



TÜBİTAK Kurumsal İletişim Müdürlüğü

Tunus Caddesi No: 80 Kavaklıdere Ankara

Telefon: 0 312 468 53 00 / 1744-1745-1746

Faks: 0 312 467 29 98

E-Posta: iletisim@tubitak.gov.tr

Web: www.tubitak.gov.tr

► 01 Hazırlık	
• İçerik Hazırlanması	4
• Sunuma Hazırlık	10
► 02 İçerik Biçimi	
• Şekli Kurallar	12
• Görsellik	20
► 03 Sunum Anı	26
► 04 Sık Yapılan Hatalar	30

01

HAZIRLIK

İÇERİK HAZIRLANMASI

Sunumla ilgili en önemli iş içeriğin hazırlanmasıdır. Size göre önemli ve ilgi çekici bilgilerin, dinleyici kitlesini gözeterek seçiliş düzenlenmesi sunumunuzun başarısını da belirler.

Bu bölümde, sunumunuzu hazırlarken yararlanabileceğiniz anahtar bilgiler yer alıyor.

Sunumunuz dinleyici odaklı olmalıdır.



Sunum, dinleyiciler içindir. Kendi çerçeveyinizden çıkip, anlatacağınız konuya dinleyicinin gözünden bakabilmelisiniz.

Öncelikle dinleyici kitleniz kim?

Örneğin sunumunuzu akademisyenlerden oluşan bir topluluğa yapacaksanız; dinleyicileriniz ağırlıklı olarak hangi bölge/il, üniversite, bölümlerden oluşuyor? Anlatacağınız konudaki bilgi ve ilgi seviyeleri ne?

Dinleyici kitleniz hakkında bilgi edindiğten sonra, konunuz ile dinleyiciler arasındaki bağılılığını kurmalısınız.

Konunuz dinleyiciler için önemli mi? Önemliyse neden önemli? Sunumunuz sonrasında dinleyicinin hayatı, düşünceleri nasıl değişecek, iyileşecektir? Dinleyicinin konunuzla ilgili temel sorunları, merak ettikleri neler? Sunumunuzda sağladığınız bilgiyi dinleyici nasıl kullanacak?

Bu soruların yanıtlarını net bir şekilde verebilmelisiniz.

Sunumda konuşmacı olarak rolünüz, dinleyiciyi sunumunuzu daha kolay, daha hızlı anlayabilmesi için yönlendirmektir. Dolayısıyla başrolde dinleyici vardır, onları iyi tanımlısınız.

Dinleyici kitlenizi ve sunumunuzun dinleyici için önemini belirledikten sonra kendinize şunu sormalısınız: **“Bu sunumu neden yapıyorum, amacım ne?”**

Eğer kendinizi dinleyici yerine koyarak “Bu sunum benim ilgimi çeker miydi?” diye sorduğunuzda cevabınız hayır ise, o zaman ana mesajınızı yeniden değerlendirmeniz gerekebilir.



Sunumunuzun bir ana mesajı olmalı, diğer tüm içeriğiniz ana mesajınızı desteklemelidir.

Bir sunum gerçekleştiriyorsanız, dinleyicileri sadece bilgilendirmek dışında bir amacınız var demektir. Onları bir şeye ikna etmek, yeni bir şeyle tanıştırmak, tutum ve davranışlarını değiştirmek vb. istersiniz. Bu hedefleri kapsayan bir ana mesajınız olmalı ve bu mesajı bir tek cümleyle ifade edebilmelisiniz.

Ana mesajınızı bir bütün olarak düşünürsek, tüm içerik bir bütününe parçaları olmalıdır.



Konuşmacı Paradoksuna düşüp, elinizdeki tüm bilgiyi sunuma aktarmayın.

Yalnızca dinleyici için kritik olan, onun hayatını, algısını ya da davranışlarını değiştirebilecek bilgileri sunuma ekleyin.

Sizce ilgi çekici ve önemli olan tüm bilgiyi sunumunuza koyarsanız, dinleyiciler için bu önemli bilgilerin tümü vasat hale gelecektir. Konuşmacı Paradoksu (Presenter's Paradox) olarak adlandırılan bu durumda, dinleyici için görece vasat/ilgisiz olan bilgi, önemli bilgilerin de değerini düşürür ve yaratmak istediğiniz etkiyi azaltır.

Dolayısıyla dinleyici için anlamlı olmayan tüm bilgiyi sunumdan çıkarmalısınız.



**Sunumunuzun %90'ını
dinleyicilerin %99'u
anlayabilmelidir.**

Anlattıklarınız, dinleyicinin anlayabildiği kadardır. Teknik terimler, yabancı dillerdeki ifadeler, dinleyiciye yabancı jargonlar açılımı yazılmayan kısaltmalar vb. dinleyicinin ilgisini dağıtır ve dinleyiciyi sunumdan uzaklaştırır.

Sunumunuzun %90'ını, salonun neredeyse tamamının anlayabileceği bir dilde ifade etmelisiniz. Terim kullanmanız gereken durumlarda, bu terimi yine onların anlayabileceği şekilde, aşina oldukları gündelik kavramlarla açıklamalısınız.

Örneğin, Steve Jobs iPod'un tanıtımını yaparken cihazın hafızasını 5GB olarak belirtseydi çoğunluğun kafasında bir şey canlanmayaacaktı. Jobs 5GB yerine 1000 şarkı diyerek, hem dinleyicilerin ilgisini çekti hem de verdiği bilginin anlaşılır olmasını sağladı.

Sunum akışınızı iyi planlamalısınız.



Örnek bir sunumun;

Giriş kısmında; sunum amacınız, dinleyicinin sunumunuzdan ne kazanacağı ve sunum akışınız;

Gelişme kısmında; belirlediğiniz problem, konuya dair mevcut durum ve idealde nasıl olması gereği, problem/duruma sizin katkınızın neler olacağı;

Son kısmında ise; anahtar mesajlarınız, varsa duyurular (örneğin çağrı duyurusunun son başvuru tarihi) ya da dinleyiciden beklenenler (doldurulması gereken anketler vb) ve konuşmacı ya da ilgililerin isim ve irtibat bilgilerini paylaşabilirsiniz.

Aşağıda, bir proje sunumunun akış örneği yer alıyor:

- Problemin tanımı
- Problemin neden önemli olduğu
- Sizin problemi çözmedeki katkınız
 - Önceki çalışmalar yeterli mi, değilse neden?
 - Sizin çalışmanız mevcut çalışmaya ne kattı?
 - Geliştirdiğiniz teknoloji, yenilik
- Yönteminiz
- Sonuçlar
- Geleceğe yönelik çalışmalar
- Proje özeti

Son dakika sunumları için önceden hazırlıklı olmalısınız.



Son dakika sunumlarına hazırlanmanın en iyi yolu uzmanlık alanınızla ilgili şablon bir sunum hazırlamaktır.

Şablon sunum, projeniz ya da destek programlarınızla ilgili bilgi, görsel ve tanıtım filmi vb'den oluşan en geniş sunumdur. Bu sunumda güncellenmesi ve revize edilmesi gereken noktaları dikkatinizi çekecek şekilde belirtmelisiniz. Çünkü şablon sunum kullanmanın en riskli yanı, sunumlarda eski tarih ve geçerliliği kalmayan bilgilerin unutulmasıdır.

Şablon sunuma ek olarak, alanınızla ilgili zaman karşınıza çıkan çarpıcı istatistik, hikaye ve anekdotları sunum dosyaniza not alın. Böylelikle, hazırlık anı geldiğinde tek yapmanız gereken, elinizdeki materyalleri sunum yapacağınız konu, süre ve dinleyici kitlesine göre düzenlemektir.

Son dakika telaşı ile önemli bir noktayı atlamamak için, kendinize bir "kontrol listesi" hazırlayın. Listenizde sunum hazırlarken ya da gerçekleştirirken sizi en çok zorlayan, unutma ihtimalinizin yüksek olduğu konular bulunabilir.



01

HAZIRLIK

SUNUMA HAZIRLIK

Sunum heyecanı ile baş etmek bazı insanlar için düşünüldüğünden zordur. Heyecanınızı yatıştırmaya ve dikkatinizi sunuma yoğunlaştırmaya yardımcı olacak bazı önerileri bu bölümde bulabilirsiniz.





- Ortamda yabancısanız, sunum öncesinde dinleyicilerin birkaçı ile sohbet ederek ortamı tanıtmaya gayret edin.
- Hislerinizi pozitif duygularla ifade edin, heyacan ile gerginlik farklı şeylerdir ve sunum öncesinde heyecanlanmak gayet normaldir.
- İyi bir sunumun nasıl olması gerekiğine dair önyargılarınızdan kurtulun (iyi bir sunum sohbet havasında olmalıdır, anekdotlar içermelidir gibi).
- Sunumunuza çokça prova edin, yeterince prova edilmiş sunumlar doğaçlama etkisi verir. Mümkünse, provanızı videoya kaydedin ve bu konuda güvendiğiniz kişilerle izleyerek geliştirilmesini tavsiye ettikleri noktaları belirleyin.

Provalarınızı ayna karşısında yapmayın; mimik ve vücut duruşunuza odaklanmaktan sunuma ilginizi kaybedebilirsiniz.

- Heyecanın yoğun olduğu ilk birkaç dakikada söyleyecekleriniz ile rahatlama etkisiyle genellikle unutulan son mesajlarınızı ezberleyebilirsiniz.
- Sunum alanı, ışığı ve ses düzenini önceden kontrol edin. Sunumuzun (özellikle video, film gibi görüntü içeren sunumların) diğer bilgisayarlararda da çalıştığını kontrol edin.
- Sunumunuza hazırlarken ve sunum esnasında size ayrılan süreyi göz önünde bulundurun.
- Sunumuzu "yazım denetimi" (spell check) ile kontrol ederek sunumunuzda yazım ve imla hatası bulunmadığından emin olun.

02

İÇERİK BİÇİMİ

ŞEKLİ KURALLAR

Etkili slaytların sırrı basitlik, az yazı-çok görsel kullanımı ve slaytlar arasındaki görsel uyumdan geçer. Bu sebeple, slaytlarınızın her birinde aynı fontun, aynı ya da benzer renklerin ve benzer büyüklükte yazı karakterlerinin kullanımı içeriğin etkili iletişiminde önemlidir.

Bu bölümde TÜBİTAK'ı temsilen yapılan sunumlarda uyulması gereken şekli kurallar ile slaytlarınızın anlaşılabilirliğini artıracak önerileri bulabilirsiniz.

Başlıklardaki yazı karakterlerinin büyüğü en fazla
32 punto olmalıdır.

BAŞLIK



**Birinci düzey maddeler için en fazla 28
punto**

İkinci düzey maddeler için en fazla 24 punto

Üçüncü düzey maddeler için en fazla 20 punto

Kaynakça için 11-12 punto kullanılmalıdır.

Bir slaytta **en fazla**
60 sözcük
yer almalıdır.

Görsel
içermeyen
slaytlarda **en fazla**
6 adet
madde
kullanılmalıdır.

BAŞLIK



Alt Başlık

Başlıklar açık
ve net olmalı
ve **tek bir satırı**
geçmemelidir
(tercihen
en fazla 5
kelimedен
oluşmalıdır).

Slayt içerikleri
iki yana
yaslanmamalı,
sola yaslı olarak
kullanılmalıdır.

Metin kutuları, sağ ve sol kenarlara fazla
yaklaşmayacak şekilde düzenlenmelidir.

Slaytta bilgi ve mesajları ileten metinlerin yazımında **siyah (RGB 0,0,0)** ve/veya
lacivert (RGB 0,32,96), **bordo (RGB 192,0,0)** renkleri kullanılmalıdır.

Başlıkta ve içerikte, kelimelerin tüm harfleri büyük harf olarak kullanılmamalıdır.

Örneğin; “**SUNUMLARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN ŞEKLİ KURALLAR**” yerine “**Sunumlarda Dikkat Edilmesi Gereken Şekli Kurallar**” şeklinde kullanılmalıdır.



- Sunumlardaki veriler, -özellikle karşılaştırılacak olanlar- aynı cinsten ifade edilmelidir. Örneğin, destek tutarı ve sayısındaki artış ifade ediliyorsa verilerin yıl aralıkları aynı olmalı; tutardan bahsediyorsak veriler aynı yıla endekslenmeli ve para birimleri aynı olmalıdır. ($\text{₺} \neq \$$, $\text{₺} = \text{₺}$)
- Sayısal veriler dinleyicileri yormayacak şekilde yuvarlanmalıdır (15.982 yerine yaklaşık 16 bin).
- Slaytlar arasında, sunum akışı ve o an sunumda nerede olunduğu hatırlatılmalıdır.

İyi ve Kötü Örnekler

16

İYİ ÖRNEK

- Başlık 28 Punto ve maksimum 5 kelime

Proje 2. Eğitim Müfredatının Güncellenmesi



Yenilenmiş öğretim programları

- Yenilikçi, özgüvene sahip, analitik düşünün ve sorgulayan bireyler
- Daha az içerikle daha çok kazanımlı bir öğretim
- Farklı öğrenci profillerine hitap eden programlar

- 24 punto

- 22 punto ve 3 seviye içerik



$$\begin{aligned} & \left(y + C_2 \right)^2 + \left(z - C_3 \right)^2 = C_4 + f_1(x) \\ & \left(y + A \right)^3 + \frac{2}{3} z^2 - \frac{1}{3} x^3 = C_5 + f_2(x) \end{aligned}$$



- Konuya ilgili uygun sayı ve büyülüklükte görsel kullanılmış

KÖTÜ ÖRNEK

- Başlık 5 kelime sınırını aşmış

1007-Kamu Kurumları Araştırma ve Geliştirme Projelerini Destekleme Programı



TÜBİTAK Kamu Kurumları Araştırma ve Geliştirme Projelerini Destekleme Programı (1007 Programı), kamu kurumlarının Ar-Ge ile giderilebilecek ihtiyaçlarının karşılanması ya da sorunlarının çözüme kavuşturulması amacıyla 10 Mart 2005 tarihinde yapılan Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BYTK) Toplantısında alınan karar ile kurulmuştur.

Kamu kurumlarının Ar-Ge ile giderilebilecek ihtiyaçlarının karşısına yana da sorunlarının çözümüne yönelik 1007 Programına sunulan projeler iki Araştırma Destek Grubu tarafından desteklenmektedir.

Program Revizyonu Kapsamında Yapılan Yenilikler

Proje başvuruları için çağrı sisteme katılması, Proje yöneticisi, yürütütücü kuruluşlar çağrı başvurularından doğrudan TÜBİTAK'a yapabilmesi,

3 farklı nitelikte proje yaklaşımı (Prototip/Sistem/Pilot Tesis Projesi, Model/Yöntem/Süreç Projesi, Teknoloji Birikim Projesi)

İki aşamalı proje başvurusu,

İhtiyaçların ve yapılabilitiğinin doğru tespiti için fizibilite, kavram ispatı, alan araştırması ve analiz çalışmaları,

İhtiyaç Başlıkları İçin Odak Grup Çalışmaları,

Proje değerlendirme süreçlerinde MK'nın aktif katılımı,

Proje sonuçlarının sürekliliğinin sağlanması için yeni bir yaklaşım,

Toplam bütçenin %5'i oranında Ar-Ge nitelikli hizmet alımı

Yayın katılım teşvik amacıyla özel sektörü katılım koşullarında ilüsteirmeler

- Yazilar mesaj şeklinde değil cümle şeklinde kullanılmış

- Maksimum 6 düzey madde sınırı aşılmış

- Çok fazla yazı kullanılmış

- Görsel kullanılmamış

İYİ ÖRNEK

- Mesaj, kısa ve net olarak, cümle şeklinde ifade edilmiş

e-Devlet Ülkenin Nabzını Tutacak

Örnek:
İKİS Projesi ile illere ait sağlık, eğitim ve ulaşım gibi sektörlerde yatırımlar takip edilebiliyor.

85
Ekonomi 110
Üretkenlik 95
Yaşam Kalitesi 105

TÜRKİYE Cumhuriyeti
BAŞKANLIK DAİRESİ

İKİS: İl Koordinasyon ve İzleme Sistemi
e-Devletin Getirdikleri

Eksiksiz, Doğru,
Zamanında Gelen Veri

İsabetli Karar

- Yazı-görsel dengesi sağlanmış

- Mesajla alakalı görsel kullanılmış

- Sunum akışında nerede olunduğu slaytta gösterilmiş

KÖTÜ ÖRNEK

- Slaydın mesajı net ifade edilmemiş

2023 Yılı Hedeflerine Ulaşmak İçin...

Ulusal Yenilik Sistemi

İnsan Kaynakları

YURT DİSINDAKİ TÜRK BİLİM İNSANLARI KURUMU

12-13 Temmuz 2012 - İSTANBUL

ZİYARETÇİ	Araştırmacı sayısı:	Özel sektör araştırmacı sayısı:
ABD*	300 bin (TZE)	180 bin (TZE)
Güney Kore	4,7	5,4
Almanya	4,0	0,9
Türkiye	0,9	-

*BYIK 23. Toplantısı'nda alınan [2011/10] no.lu Ulusal Yenilik Sistemi 2023 Yılı Hedefleri Kararı

- Yazilar kutuların dışına taşmış

- Çok yoğun bilgi paylaşılmış

- Çok fazla ve birbirine ilgisiz görsel kullanılmış

- Kaynakça ve notlar kısmında 11 puanlıda küçük punto kullanılmış

İYİ ÖRNEK

Ulusal Hedefler Doğrultusunda TÜBİTAK



Elektrikli Araçlar Geliştirme Platformu

- Otomotivin geleceğine yatırım
- Rekabet gücü yüksek, yerli elektrikli otomobil geliştirilmesi



Sağlık Alanı

Sağlık Bakanlığı ile yapılan protokol çerçevesindeki «Tıbbi Cihazlar Çağrısı»na 309 proje başvurusu

5

- Boş alanlar korunmuş
- Konuya ilgili, uygun sayıda görsel kullanılmış
- Yazilar az ve okunur

KÖTÜ ÖRNEK

- Yoğun yazı ve görsel kullanılmış

- Mesaj içeren ifadeler yerine cümleler kullanılmış

Ulusal Akıllı Şebekeler (Smart Grid) Programı

Proje Tanımı

Akıllı Şebekeler konusunda ulusal yol haritasının ilgili kuruluş, özel sektör ve üniversitelerden oluşturacak bir platform ile hazırlanması.



Projenin Amaçları

- Akıllı şebekeler konusunda ulusal yol haritası
- Akıllı şebekeler konusunda yönetmelikler
- Model projeler
- Haberleşme protokollerı
- Güvenli veri传递
- Smart Grid Akreditasyon Laboratuari

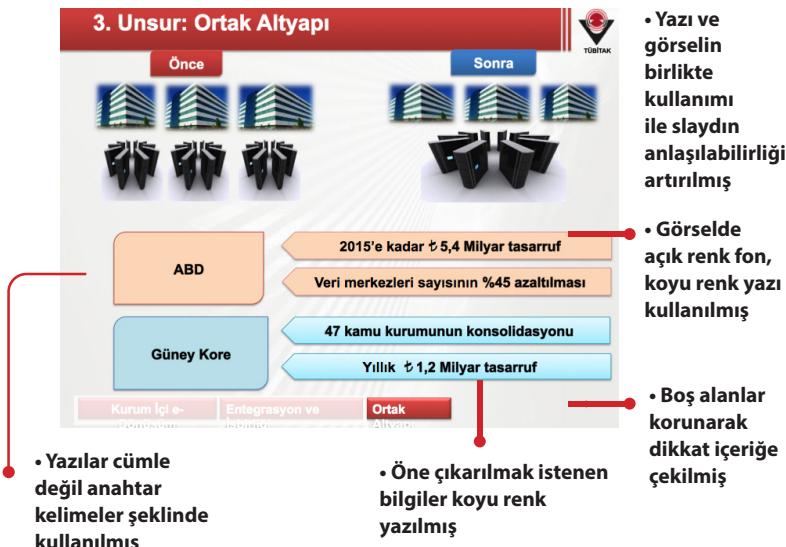
Ulusal Akıllı Şebekeler (Smart Grid) Programı

8

- Görsel anlaşılmıyor ve görseldeki yazılar okunmuyor

İYİ ÖRNEK

3. Unsur: Ortak Altyapı



KÖTÜ ÖRNEK

- Slayt çok fazla bilgi ve yazı içeriyor
- Renkli zeminde beyaz yazı kullanımı gözü yoruyor
- Veriler düz yazı yerine grafik ya da infograf ile daha etkili aktarılabilirdi

1512 Bireysel Girişimcilik Aşamalı Destek Programı



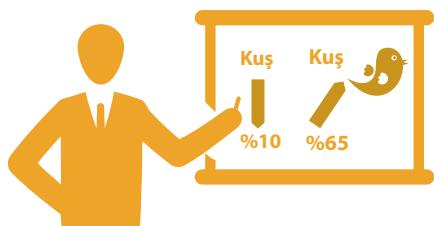
02

İÇERİK BİÇİMİ

GÖRSELLİK

İnsanlar öğrendiklerinin %75'ini görerek, %13'ünü ise duyarak öğrenir. Başka bir deyişle, mesajınızı iletmenizde slaytlarınızın görselliği oldukça etkilidir. Ancak görsel öğeler yalnızca gerçekten gerektiğinde kullanılmalıdır ve kullanımılarının bir amacı olmalıdır.

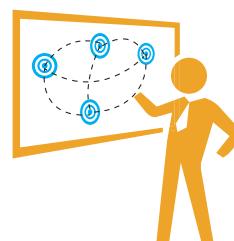
Bu bölümde sunumuzun görsel iletişim gücünü artıracak önerileri bulabilirsiniz.



Slaytlarınızda yazı ve görseller dengeli kullanılmalıdır.

Slaytlarınızda yazılar dışında görsel (resim, grafik, infograf vb) kullanımı, dinleyicilerin ilgisini çekmek ve sunumuzdaki bilgilerin akılda kalıcılığını artırmak için etkilidir. Bilgiyi aktarırken; tek başına görsel kullanmak, sadece yazı kullanmaktan 3 kat; görsel ve yazıyı birlikte kullanmak ise sadece yazı kullanmaktan 6 kat daha etkilidir. Yazının resimle birlikte kullanımı, bilginin hatırlanabilirliğini da aynı ölçüde artırmaktadır.

Görselleriniz iletmek istediğiniz mesajla alakalı olmalıdır.



Görselleriniz, slaytta iletmek istediğiniz mesajla ilgili olmalı, onu güçlendirmelidir. Süsleme amaçlı kullanılan görseller, bilgi aktarımını kolaylaşacağına zorlaştırmır, dinleyicinin ilgisini dağıtır. Örneğin Steve Jobs, Mac Air dizüstü bilgisayarının tanıtımında bilgisayarın özelliklerini sıralamak yerine dinleyicilerin karşısına bir zarfla çıkararak onları şaşırtmış ve bilgisayarın en önemli yeniliği olan inceliğine vurgu yapmıştır.

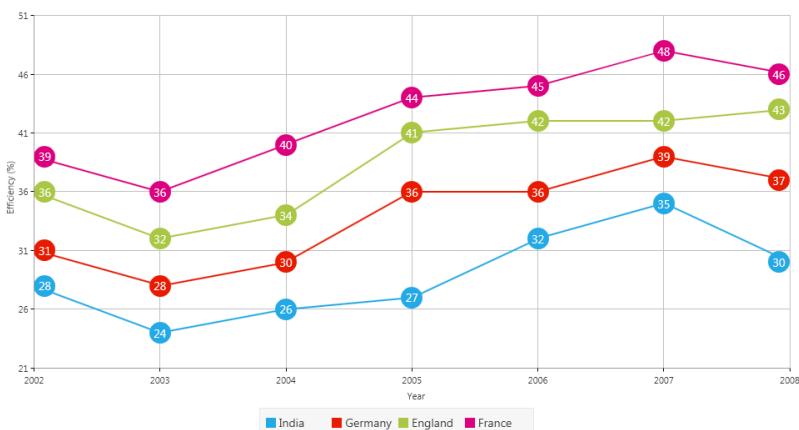
Grafik çeşitleri arasında mesajınızı en iyi aktaracak grafiği seçmelisiniz.

Aktarmak istediğiniz veri seti ve vurgulamak istediğiniz mesaja göre (yıllar bazında artış, farklı değişkenler arası ilişki vb.) kullanmanız gereken grafik çeşidi de değişir. Hangi grafik çeşidinin, hangi veri setini daha iyi aktaracağı konusunda aşağıdaki örneklerden yararlanabilirsiniz.

- ▶ Çizgi grafikler (line chart) yıllar bazında değişen eğilimleri göstermede etkilidir.

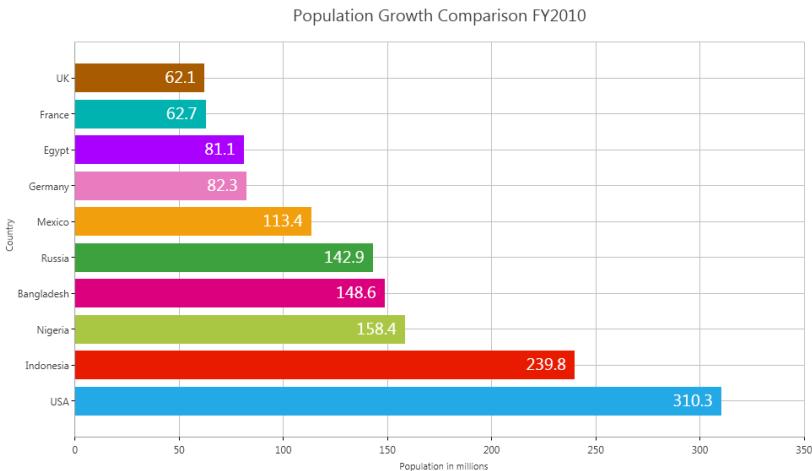
Line Chart

Efficiency of oil-fired power production



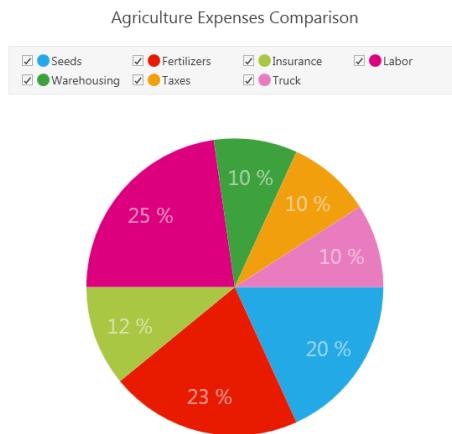
- Sütun grafikler (bar chart), belli bir an için farklı göstergeler arası ilişkiyi göstermede etkilidir.

Bar Chart

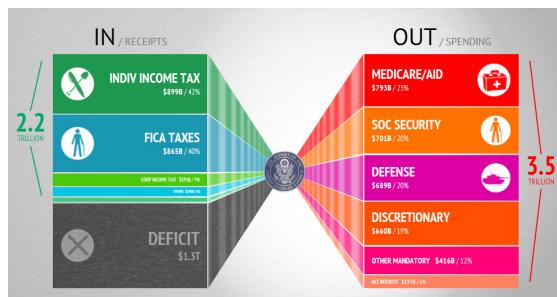


- Pasta grafikler (pie chart), 100'e tamamlayabileceğiniz oransal dağılımları aktarmada etkilidir.

Pie Chart



- Tablolar, verilerinizi görsel bir dille yansıtabileceğiniz araçlar değildir. Tabloları, ancak verilerinizin büyülüğu birbirinden çok farklısa kullanmalısınız. Örneğin; 10, 300, 50.000, 8.700.000 gibi.
 - Tablolarda kullanılan renkler de aslında bir çeşit bilgidir. Renkleri süsleme amaçlı değil, vurgulamak istediğiniz verilere dikkat çekmek için kullanmalısınız.
 - Klasik grafiklerin yanı sıra infograflar, özellikle yoğun bilgi içeren slaytların dinleyiciye aktarımında etkilidir. Infograflarınızı, online infograf üretimi sitelerinden kendiniz tasarılayabilirsiniz.



**Grafikler, verileri
sadece aktarmamalı,
kendilerini
anlatabilmelidir.**



Dinleyiciler grafiği gördüğünde sizin açıklamanız gereklidir. Bu da grafikte, hangi verinin neyi ifade ettiğinin açıkça yazılmasını gerektirir. X-Y eksenlerinin hangi veriyi ifade ettiği, para birimleri, yıl aralıkları gibi bilgiler net bir şekilde grafikte yer almmalıdır.

- **Hangi grafiği kullanırsınız kullanın, fonunuz tek renkten oluşmalı ve grafiğin okunabilirliğini kolaylaştıracak bir renk seçilmelidir.** Okunabilirlik için en çok tercih edilen, açık renk fon ve koyu renk yazı rengi kullanılmalıdır.
- **Grafik içeren slaytlar animasyon içermemeli; grafik slaytta oynamamalı ya da parça parça gelmemeli, sabit durmalıdır.**
- **Kullandığınız görseller, sunum yapacağınız salonun en arkasından da rahatlıkla görülebilir büyülüklük ve netlikte olmalıdır.**
- **Slaytlarınızdaki boş alanları görsellerle doldurmaya çalışmayın, boş alanlar mevcut içeriğin ön plana çıkışmasına katkı sağlar.**
- **Animasyon, video, film kullanımı sunum konunuza göre oldukça etkili araçlardır. Ancak çok yoğun ya da konuya ilgisiz kullanıcıları izleyicinin dikkatini dağıtır.**

03

SUNUM ANI

Görsel ve içerik açısından iyi hazırlanmış bir sunum, dinleyiciye aktarılabildeği oranda başarılı olacaktır. Bu açıdan, sunum esnasındaki ses tonunuz ve dinleciyle iletişiminiz düşünülenen önemlidir.

Bu bölümde, sunum esnasında mesajınızı aktarırken yararlanabileceğiniz önerileri bulabilirsiniz.



Konuşmanızı dinleyicinin ilgisini canlı tutacak şekilde kurgulamalısınız.

Dinleyicinin ilgisi 10 dakika sonrasında hızla düşer. Sunumuz 10 dakikayı aşıyorsa, sunum kurgunuzu ilginin düştüğü noktalarda ilgiyi yeniden uyandıracak şekilde kurgulamalısınız. İlgiyi toplamada en etkili yol “duygusal etki” yaratmaktadır. Duygusal etki, dopamin salgılığını da aktive eder -ki beynin hafıza ve bilgi işleme fonksiyonları da dopamin salgısı ile aktive olur. Duygusal etkiyi; dinleyicilerin gülmesi sağlanarak, onları hayal güçlerini kullanmaya teşvik ederek, çarpıcı karşılaşışmalar, ilginç anekdotlar vererek ve sunumunuzdan keyif aldığıınızı göstererek sağlayabilirsiniz.

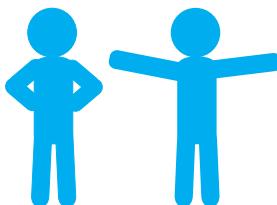
Dinleyicilerle sürekli göz teması kurun.



Sunum anında “orada” olun; kendinize ve nasıl göründüğünüzü değil, dinleyiciye odaklanın. Dinleyici ile göz teması kurun, sürekli elinizdeki notlara, bilgisayar ekranına ya da slaytlara bakmayın. Dikkatinizin dağıldığını hissettiğinizde, bir dinleyici seçin ve onu gülümsetene ya da başıyla sizi onaylatana kadar ona odaklanın (5-6 saniye).

Vücut dilinin ve ses tonunun önemini es geçmeyin.

kapalı açık



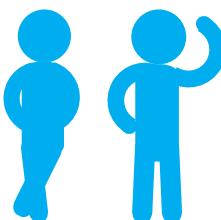
Mesaj iletiminin %55'ini vücut diliniz ve %35'ini ses tonunuz oluştururken; söyledikleriniz ise %10'unu oluşturur.

Ses tonunuzu en etkili şekilde kullanmak için, doğal konuşma tonunuzda ve hızınızda, yüksek sesle ve tane tane konuşun. Heyecan çoğu kez sesimizin titremesine ve normalden az çıkışmasına sebep olur. Heyecanınızı yataştırmak için sunum öncesi nefes egzersizleri (diyafram nefesi) yapabilir ya da çok sevdiğiniz birini düşünerek heyecanınızı yataştırılabilirsiniz.

Vücut dilinizi kullanırken; kolları önünde ya da arkada kavuşturmak, elleri cebe sokmak, bilekleri kitlemek gibi kapalı vücut duruşlarına dikkat edin; güvensizliğe ve iletişim kurmama isteğini işaret ederler.

Ellerin iki yana açılması gibi açık vücut duruşları ise rahat ve iletişime açık olduğunuzu ifade ederken; örneğin ellerin çatı şeklinde önünde kavuşturulması ya da ellerin belde tutulması konu ve dinleyici üzerinde hakimiyete işaret eder.

Kendiniz olun.



Etkileyici bir ses tonunuz ya da vücut diliniz olmayabilir ancak samimiyet doğal yeteneklerden önemlidir. Bu sebeple, iyi bir konuşmacıyı taklit etmeye çalışmayın. Doğal iletişim stilinizi oturtun, kendiniz olun. "Doğal olanın" sevildiğini ve kabul gördüğünü unutmayın.



Sahnede durduguñuz yer önemlidir.

Sahnede dinleyicilerin sizi, sizin de dinleyicileri rahatlıkla görebileceğiniz bir noktada durun. Kürsünün arkasına ya da sahnenin köşesine saklanmayın. Önemli bir şey söyleyeceğiniz zaman dinleyicilerden bir kısmına birkaç adım yaklaşın; konuyu değiştirirken ya da sessiz kalacağınız anlarda ise birkaç adım geri gidin.

Soru-Cevap bölümüne önceyen hazırlanın.



Soru-cevap bölümünde gelebilecek soruları ve yanıtlarınızı sunum öncesi düşünün. Soru geldiğinde savunmaya geçmeyin ve öncelikle soruyu anladığınızdan emin olun. Soru sorulurken cevabınızı değil soruyu düşünün. Yanıtını bilmediğiniz sorular için, politik yanıtlar vermeye çalışmak yerine kibarca bilmediğinizi belirtebilirsiniz. Yanıt veremediğiniz sorular için, sunum sonrasında dinleyicinin irtibat bilgilerini alarak yanıtı daha sonra dinleyiciye iletin. Soruları almak için en uygun zaman sunumun sonudur; böylece sunum esnasında dikkatiniz dağılmaz, kendinizi sunum akışı ve süresine daha rahat ayarlayabilirsiniz.

- **Her slaydı ekrana yansittığınızda doğru slayt olup olmadığını kontrol edin.**
- **Akılda kalmasını istediğiniz kelime, slogan ya da ifadeleri sunumun çeşitli yerlerinde tekrarlayın.**

04

SIK YAPILAN HATALAR

- Ekrandan ya da elinizdeki notlardan okumak.
- Gereksiz uzun, yazı ve görsellerle dolu slaytlar kullanmak.
- Ekranın önünü kapatmak, dinleyiciye arkanızı dönmek.
- Süreye dikkat etmemek.
- Konunun dışına çıkmak.
- Slaytlara söyleyeceklerinizi bire bir kopyalamak.
- Bilgi yoğun slaytları, 10 saniyeden az süre boyunca göstermek.
- Anekdot ve anılarda fazla kişisel olmak, gereksiz espriler yapmak.

BORING AND VERY LONG, GENERIC TITLE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In condimentum justo sed erat auctor non lacrav leo luctus. Nam fringilla nibi in magna eleifend at scelerisque orci convallis. Aliquam a dui nulli. Nunc sed sollicitudin orci. Phasellus luctus, erat sed gravida bibendum, tortor metus euismod nisi, eget facilisis ante magna quis nibi. Donec pellentesque, tortor et tempus euismod, nisl condimentum tortor, eget aliquet nisi sapien. Sed id enim, malesuada pretium placerat riaus in accumsan. Nullam suscipit risus vel nisi ogestis trandunt. Integer imperdiet ultricies rhoncus.

Mauris a ante at leo gravida gravida. Vestibulum eleifend bibendum mi, eu sagittis nibh blandit su. Nulla facilisi. Quisque turpis porta eu. Curabitur neque nunc, lobortis sed aliquet in, elementum sed ligula. Integer quis tortor a lorem inicidunt. Volutpat ut et augue. Vivamus auctor ante sed justo vestibulum, eget malesuada ante suscipit.

Cras eu purus a libero interdum suscipit ut sed rius. Vivamus dictum condimentum porttitor. Nullam fringilla placherat. Sed ac dolor sapien, eu commodo du. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Sed neque ut nisl, tincidunt id nisl. Nullam viverra venenatis, euismod nibi, eu rhoncus dolor blandit sed. Aenean tempor rutrum sem a convallis. Ut ultricies nunc accumsan magna sollicitudin a capibus tellus consector. Sed blandit libero vitas sapien pellentesque nec aliquam lorem consector. Suspendisse sed ante purus, quis venenatis nisl, euismod nibi. Sed blandit euismod nibi. Quisque pharetra, nunc eu convallis tempus, turpis augue venenatis lacus, vitas congue sem nibh in arcu. Vivamus accumsan, elit eu blandit sagittis, urna leo rutrum enim, pellentesque rhoncus nunc leo vel urna. Lorem ipsum dolor sit amet, consector adipiscing elit.

a. Nunc blandit viverra venenatis.

b. Etiam et quam aliquet eros condimentum commodo.

c. Etiam et quam aliquet eros sollicitudin eu, suscipit aliquam lorem. In laoreet cursus varus.

d. Nulla gravida velit vitae leo auctor nec tempus dolor venenatis.

Sed dictum sagittis nunc non rutrum. Suspendisse euismod mattis arcu, quis bibendum metus tempus nec. Nulla ut urna sed felis, euismod nec nisl. Nullam euismod nibi. Sed blandit euismod nibi. Quisque pharetra, nunc eu convallis tempus, turpis augue venenatis diam sit amet augue. Cras hendrerit lectus vel diam fringilla lobortis. Sed mattie iaculis nulla, ac rhoncus dolor blandit sed. Aenean tempor rutrum sem a convallis. Ut ultricies nunc accumsan magna sollicitudin a capibus tellus consector. Sed blandit libero vitas sapien pellentesque nec aliquam lorem consector. Suspendisse sed ante purus, quis venenatis nisl, euismod nibi. Sed blandit euismod nibi. Quisque pharetra, nunc eu convallis tempus, turpis augue venenatis lacus, vitas congue sem nibh in arcu. Vivamus accumsan, elit eu blandit sagittis, urna leo rutrum enim, pellentesque rhoncus nunc leo vel urna.

• Fazla sayıda ve farklı seviyelerde yazı kullanımı

- Fazla sayıda ve farklı seviyelerde yazı kullanımı
- Farklı büyüklüklerde yazı pontosu kullanılmış
- Görsel yok
- Koyu renk fon okumayı zorlaştırmış

The Worst Power Point Slide Ever conceived of by man to present to people who can't be bothered to read it anyway because of the font size and the length because slides are meant to be paragraphs of text and run-on sentences.

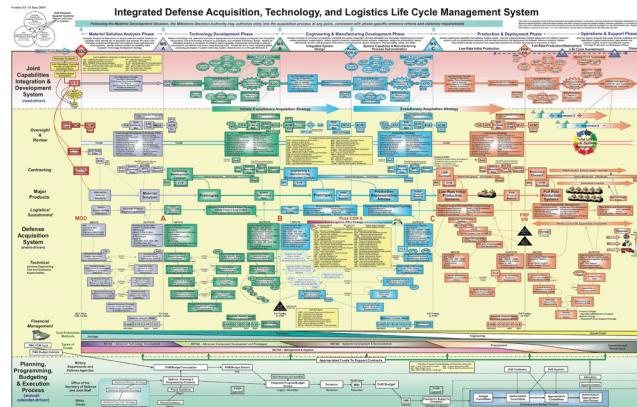
- I need every bullet point to be underlined and possibly bolded and maybe in red.
- **♥** I need my bullet points not to be bullet points.
- This word is important because it's in **Impact Font**
- M.A.N.O.K.*
- Make simply grammer and spelling errors so I can not-so-silently judge you.

ANIMATE EVERYTHING!
AND THEN PILE THEM ON TOP OF EACH OTHER!!
Obscure text/images with MORE TEXT/IMAGINES!

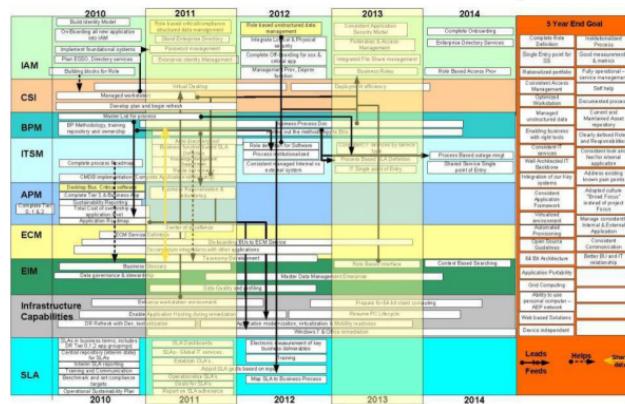


- Çok fazla bilgi, renk ve görsel kullanımı dikkat dağıtıiyor
- Yazıların altı-çizili kullanımı okumayı zorlaştırmıyor
- Renk ve görseller konu ve amaçtan bağımsız kullanılmış
- Birbirinden farklı font ve büyüklükte yazı kullanımı, slaydın anlaşılmasını zorlaştırmayı ve dikkati dağıtıyor

- Görsel ve yazı okunmayacak büyülükte kullanılmış
 - Görseller arası ilişki anlaşılmıyor
 - Çok fazla renk kullanımı dinleyiciyi itiyor



IT Modernization Roadmap



KAYNAKÇA

- “Better PowerPoint: 6 Ways to Make Your Point”, Consultants’ Mind
- “Communicating Science: A Scientist’s Survival Kit”, European Commission
- “Create a Presentation Your Audience Will Care About”, Harvard Business Review
- “Do and Don’ts of Poster Presentation” Steven Block, Princeton University
- “Do your Slides Pass the Glance Test”, Harvard Business Review
- “Guide to Persuasive Presentations”, Harvard Business Review
- “How to Give More Persuasive Presentations”, TED Blog
- “Presentation Tips”, University of Washington
- “Structure Your Presentations Like a Story”, Harvard Business Review
- “The Presentation Mistake You Don’t Know You’re Making”, Harvard Business Review
- “The Presentation Secrets of Steve Jobs: How to be Insanely in Front of Any Audience”, Carmine Gallo
- “The Ultimate Business Presentation Guide”, Alan Radding

TÜBİTAK Kurumsal İletişim Müdürlüğü

Tunus Caddesi No: 80 Kavaklıdere Ankara

Telefon: 0 312 468 53 00 / 1744-1745-1746

Faks: 0 312 467 29 98

E-Posta: iletisim@tubitak.gov.tr

Web: www.tubitak.gov.tr