



Министерство образования и науки Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

Гуманитарный факультет

Кафедра иностранных языков и связей с общественностью

Методические рекомендации студенту для подготовки презентации

**Направление подготовки высшего
образования**

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль программы магистратуры

Стратегические коммуникации в
профессиональной и межкультурной сферах

Квалификация выпускника

Магистр

Выпускающая кафедра

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения:

очная, очно-заочная

**Пермь
2017**

Составитель
Рецензент

докт. филолог. наук _____ С.С. Шляхова
канд. филолог. наук _____ Л.А. Белова

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Презентация	3
2. Структура презентации	3
3. Дизайн презентации	
3.1. Шрифт	7
3.2. Фон	7
3.3. Выравнивание	8
3.4. Иллюстрации в презентации	9
3.5. Таблицы в презентации	14
4. Типичные ошибки в презентации	14
Использованная литература	

1. Презентация¹

Сегодня презентация является обязательным компонентом выступления на семинаре, доклада на конференции, представления отчета или проекта, защиты курсовой или выпускной квалификационной работы и пр. Презентация отражает основные этапы работы и выводы, полученные в ходе проделанной работы. Содержание и структура презентации обусловлена конкретными целью и задачами выступления.

«Презентация» в переводе с английского – представление. Мультимедийные презентации – способ представления информации с помощью компьютерных программ PowerPoint, Windows, Movie Maker и пр. Презентация сочетает в себе вербальный текст и невербальные компоненты (динамику, звук и изображение), что способствует привлечению внимания и более эффективной подачи информации.

Преимущества мультимедийных презентаций:

- наглядность, которая способствует комплексному восприятию и лучшему запоминанию;
- динамичность подачи материала за счет анимации и вставки видео- и аудиофрагментов;
- быстрота и удобство воспроизведения и восприятия визуальных материалов (фотографий, графиков и пр.);
- четкая структура подачи материала;
- элемент развлекательности, что способствует концентрации внимания.

2. Структура презентации

Содержание и структура презентации во многом зависит от материала и характера информации. Ниже предлагается возможная, но необязательная структура презентации.

Структура презентации:

1. Титульный слайд: название работы, исполнитель, место, год (рис. 2).



Рис.2

¹ Отдельные положения и иллюстрации приводятся из: Шумаков Д.А. Конструирование презентаций. Часть I. URL: <http://method.volny.edu/data/pmii/pres/1.htm> Ястребов Л.И. Классификация презентаций. URL: http://educates.ru/post_1212262212.html

2. Цель и задачи исследования. проекта и пр. (рис.3).

- **Цель**– разработка коммуникационной программы.
- **Задачи:**



Рис.3

3. Задачи исследования, проекта (максимально кратко).

4. Методы и материал исследования, проекта (необязательно или максимально кратко).

5. Полученные результаты. Желательно, в графическом (диаграммы, графики, схемы, рисунки и пр.) виде (рис. 4).

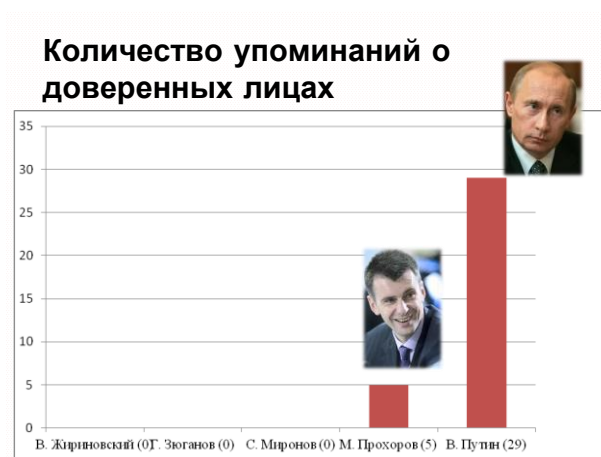


Рис. 4

6. Структура / план предлагаемой программы, мероприятия и пр. (с учетом выявленных проблем) в текстовом или графическом виде.

7. Более подробное представление наиболее важных этапов / компонентов программы / мероприятия и т.п. (рис. 5).



Рис. 5

8. Степень и результаты реализации программы, проекта: иллюстрации презентационных, рекламных и пр. материалов, фото с мероприятий, коммуникационный резонанс, видео-, аудио- и печатные материалы рекламная и сувенирная продукция и пр. (рис. 6).



Рис. 6

9. Проверка эффективности: предлагаемые методы проверки или полученные после проверки эффективности материалы (рис. 7).

Критерии оценки результативности	Оценка коммуникационной программы
❑ Количество зрителей ❑ Количество положительных отзывов ❑ Количество материалов в СМИ ❑ Положительная коннотация опубликованных материалов ❑ Количество просмотров тизера ❑ Количество приобретенной сувенирной продукции	Методы оценки ➤ Анкетирование, опрос участников мероприятий ➤ Ведение статистики посещений мероприятий ➤ Сравнительный анализ (количество посетителей музея истории, количество молодых рабочих на ОАО «МЗ») ➤ Контент-анализ материалов в СМК

Рис. 7

10. Заключительный слайд. В представленной иллюстрации – не фотография из фотоальбома «Вконтакте», а один из моментов проводимого автором работы мероприятия (рис. 8). В заключительный слайд подобные иллюстрации включать необязательно.



Рис. 8

3. Дизайн презентации

Дизайн презентации является важным смысловым и прагматическим компонентом.

3.1. Шрифт. При частой смене шрифта сообщение может казаться размытым, неряшливым, слабо структурированным. Основные правила шрифтового оформления:

- рекомендуется использовать не более 3-4 разных шрифтов,
- для основного текста оптимален гладкий шрифт без засечек: *Calibri, Arial, Tahoma, Verdana, Comic Sans MS, Courier, Georgia, Tahoma, Times New Roman*,
- для заголовка можно использовать декоративный шрифт: *Monotype Corsiva, Mistral, Georgia, Comic Sans MS* *Курсив*,
- подчеркивание, **жирный шрифт**, **ПРОПИСНЫЕ БУКВЫ** рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста, т.к. сплошное или частое использование ослабляет их эффективность. Особенно не рекомендуется подчеркивание,
- для основного текста не следует использовать прописные буквы **ПРЕЗЕНТАЦИЯ**,

- кегль – **не менее 20-22** пунктов: заголовок – 28-54 пункта, основной текст – 20-36 пунктов.

3.2. Фон. Для улучшения читаемости цвет текста должен быть достаточно контрастным относительно цвета фона. Использование разных фонов на слайдах в рамках одной презентации не создает ощущения связанности, стильности, комфортности.

- Фон и шрифт должны быть контрастными для хорошей читабельности текста (рис. 9-12).

СРЕДСТВА И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ		
УСТНАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЧЕЛОВЕК 10 9 БИТ	ПРИМЕТЫ, ГАДАНИЯ, ЗНАМЕНАНИЯ, МУЗЫКА, ЖИВОПИСЬ, ТАНЕЦ, ПРИКЛАДНЫЕ ИСКУССТВА. МЕРЫ, СИГНАЛЫ, ОБРЯДЫ
ПИСЬМЕННАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЧЕЛОВЕК 10 11 БИТ	ПИСЬМЕННОСТЬ
КНИЖНАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЧЕЛОВЕК 10 17 БИТ	КНИГА
ЭЛЕКТРОННАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЭЛЕКТРОННАЯ ПАМЯТЬ 10 25 БИТ	ТЕЛЕВИДЕНИЕ, РАДИО, КОМПЬЮТЕР

Рис. 9. Неверно

СРЕДСТВА И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ		
УСТНАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЧЕЛОВЕК 10 9 БИТ	ПРИМЕТЫ, ГАДАНИЯ, ЗНАМЕНАНИЯ, МУЗЫКА, ЖИВОПИСЬ, ТАНЕЦ, ПРИКЛАДНЫЕ ИСКУССТВА. МЕРЫ, СИГНАЛЫ, ОБРЯДЫ
ПИСЬМЕННАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЧЕЛОВЕК 10 11 БИТ	ПИСЬМЕННОСТЬ
КНИЖНАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЧЕЛОВЕК 10 17 БИТ	КНИГА
ЭЛЕКТРОННАЯ ФАЗА	ЧЕЛОВЕК-ЭЛЕКТРОННАЯ ПАМЯТЬ 10 25 БИТ	ТЕЛЕВИДЕНИЕ, РАДИО, КОМПЬЮТЕР

Рис. 10. Верно

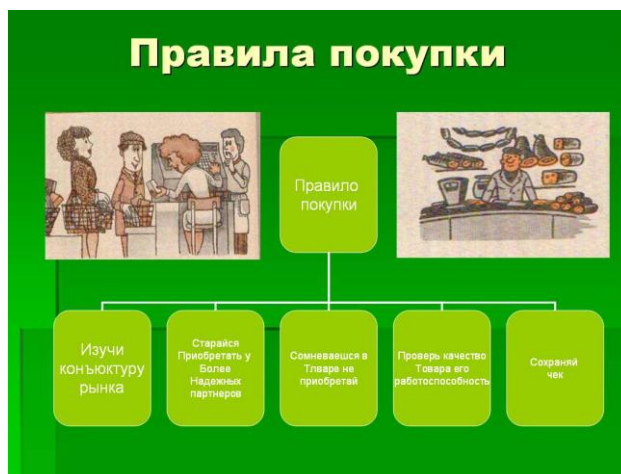


Рис. 11. Неверно

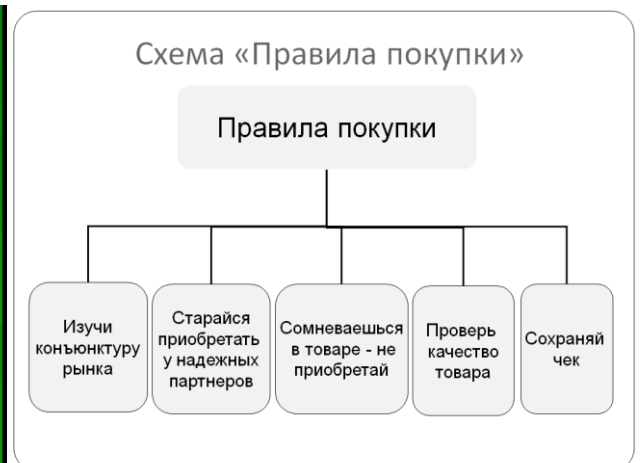


Рис. 12. Верно

- Многоцветность и неконтрастность снижают читабельность текста (рис. 13-14).



Рис. 13. Неверно

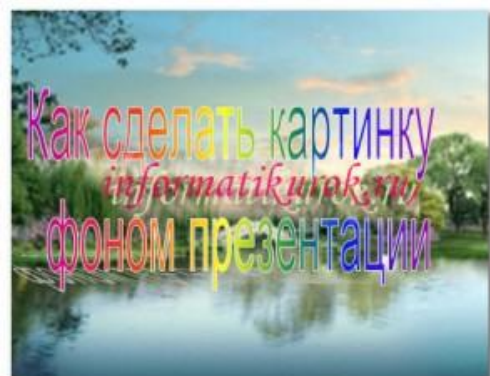


Рис. 14. Неверно

- «Рваный» фон (текст на иллюстрации) также снижает читабельность текста (рис. 15).



Рис. 15

3.3. Выравнивание. Повысит читабельность текста в презентации выравнивание по центру, красная строка, интервалы между абзацами (см. рис. 16-17).

В 1828 году он сдал в университете экзамен на аттестат зрелости с хорошими оценками. Теперь вопрос о его будущем больше не мог отодвигаться. Коллин произнёс красивые спасительные слова: «Идите с богом той дорогой, для которой вы поистине созданы, так будет, право же, лучше всего!» Это подтвердило и собственные чувства Андерсена: он призван стать писателем. Никто из его коллег-писателей не мог прокормиться только литературным трудом. Почти все они где-нибудь служили. У Андерсена службы не было.

Рис. 16. Неверно

В 1828 году он сдал в университете экзамен на аттестат зрелости с хорошими оценками. Теперь вопрос о его будущем больше не мог отодвигаться.

Коллин произнёс красивые спасительные слова: «Идите с богом той дорогой, для которой вы поистине созданы, так будет, право же, лучше всего!» Это подтвердило и собственные чувства Андерсена: он призван стать писателем.

Никто из его коллег-писателей не мог прокормиться только литературным трудом. Почти все они где-нибудь служили. У Андерсена службы не было.

Рис. 17. Верно

3.4. Иллюстрации в презентации. Основные правила включения иллюстраций в презентацию:

- не использовать рисунков, фотографий плохого качества и с искаженными пропорциями;
- корректно применять иллюстративный материал. Некорректное применение иллюстраций (рис. 18).



Рис. 18. Неверно

- информация, особенно при просмотром чтении, воспринимается слева направо и сверху вниз – в соответствии с движением глаза (так называемое «правило Z»), поэтому самая важная информация должна размещаться сверху слева;
- учитывать эти особенности восприятия нужно при размещении на слайде текста и графического объекта:

1) если текст первичен, а графика – это всего лишь иллюстрация, то лучше разместить текстовый фрагмент в левом верхнем пространстве слайда, а графический объект – внизу справа (рис. 19);

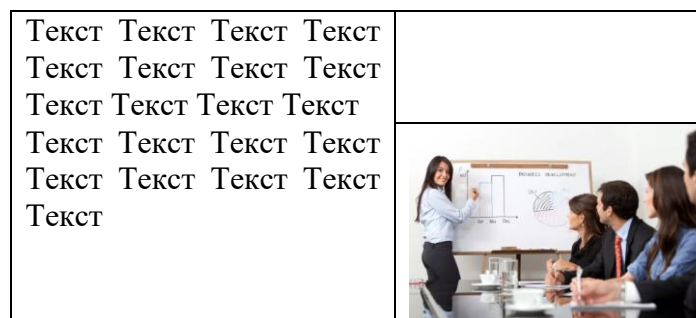


Рис. 19

2) если графический объект является смысловой доминантой слайда, а текст – это комментарий к рисунку, то в этом случае – рисунок сверху слева, а текст – внизу справа (рис. 20);



Рис. 20

- использовать максимально крупные и единичные, а не многочисленные иллюстрации на одном слайде (рис. 21-24).



Рис. 21. Неверно

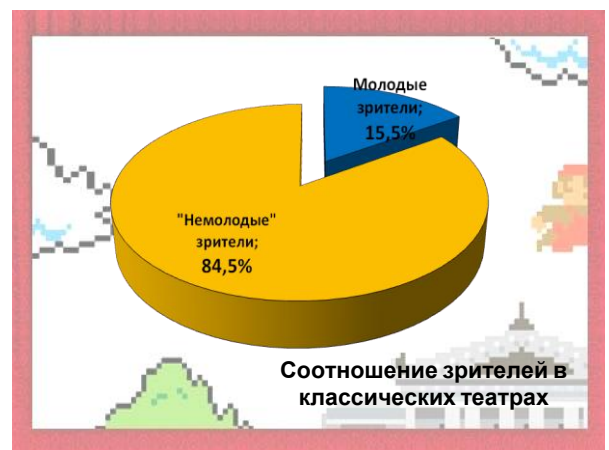
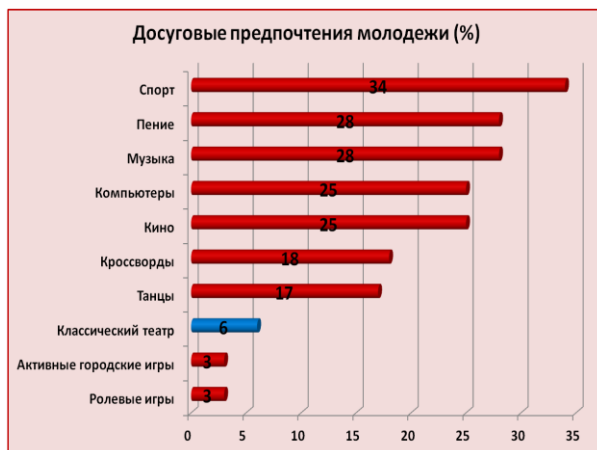


Рис. 22. Верно



Рис. 23. Неверно

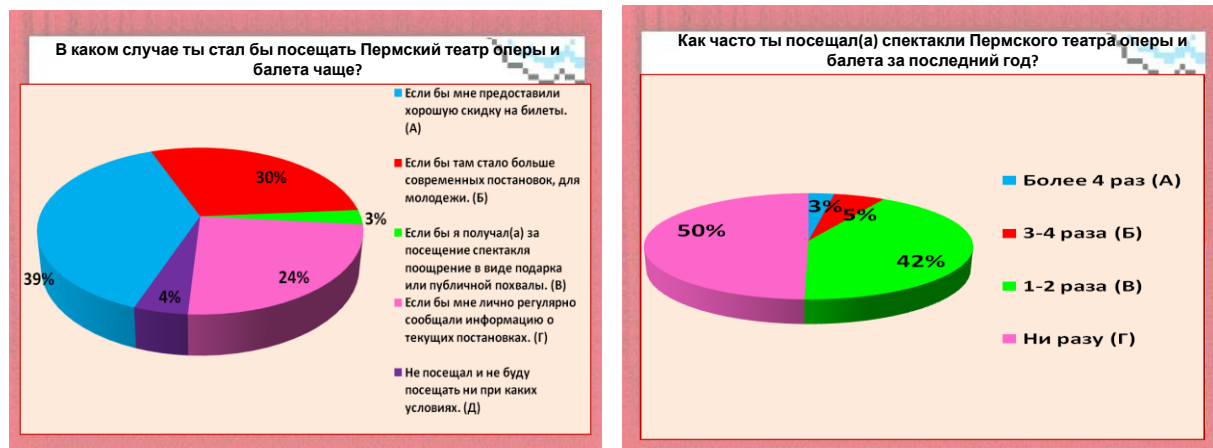


Рис. 24. Верно

- желательно использовать интерактивные элементы, при которых студент имеет возможность взаимодействовать с текстом, графиками, диаграммами, изображениями и пр. Однако нельзя злоупотреблять анимацией и прочими «завлекалочками»;
- желательно использовать аудио- и видеовставки и элементы, которые непосредственно связаны с содержанием выступления;
- текст выступления и слайды в презентации не должны совпадать буквально, т.е. слайды должны дополнять, а не дублировать то, что произносится (рис. 25, 15-17). Например, не обязательно перечислять всех спонсоров проекта, достаточно показать их логотипы на экране (рис. 26).

○ Когда говорят, что КПРФ — застывшая партия, не учитывающая веления времени, — это крупная ошибка.

КПРФ — не вневременная партия, КПРФ - партия времени.

○ Она, естественно, по многим причинам отстает от информационных требований нового времени. Но все же КПРФ является политической партией, учитывающей современные тенденции технологического прогресса.

Рис. 25. Неверно

Генеральный спонсор проекта «Оперный Quest»:

Официальные спонсоры:

Логотипы спонсоров: Otel, Southern Fried Chicken, КРАСБЕЗ, Комитет по молодежной политике Администрации г. Перми.

Рис. 26. Верно

- не допускается многообразие шрифтов и неравномерность отступов, обилие разнотипных иллюстраций, опечатки, ошибки и пр. (рис. 27);



Рис. 27. Неверно

- не допускается мелкий шрифт и обилие текста (рис. 28-29);

Программа исследования

Цель исследования: выявить уровень активности музея истории ОАО «МЗ» в рамках культурно-образовательного направления.

Задачи исследования:

- Определить, как организована деятельность музея в рамках культурно-образовательного направления;
- Определить уровень осведомленности и посещаемости музея целевыми группами общественности;
- Исследовать особенности организации культурно-образовательной деятельности других корпоративных музеев.

Массив исследования:

- Сотрудники музея истории ОАО «МЗ»;
- Сотрудники предприятия ОАО «МЗ»;
- Студенты СУЗов и ВУЗов, получающие рабочую специальность;
- Корпоративные музеи других предприятий г. Перми.

Цель исследования:
создание и реализация коммуникационной программы позиционирования классического театра в молодежной среде.

Задачи исследования:

- изучить категориальный аппарат событийной коммуникации как раздела связей с общественностью, роль и место специальных мероприятий в системе менеджмента организаций;
- исследовать методологию и инструментарий событийной коммуникации в сфере искусства и культуры;
- выявить особенности организации событий для позиционирования учреждения культуры в молодежной среде;
- проанализировать степень лояльности представителей молодежной аудитории к Пермскому театру оперы и балета, а также выявить их предпочтения относительно перспектив деятельности исследуемого театра;
- разработать и реализовать программу позиционирования Пермского театра оперы и балета в молодежной среде;
- оценить результативность реализованной коммуникационной программы посредством социологических методов исследования;
- сделать заключение об эффективности применения механизмов событийной коммуникации в отношении молодежной аудитории классическим театром.

Рис. 28. Неверно

Цель исследования

Создание и реализация коммуникационной программы позиционирования классического театра в молодежной среде



Задачи исследования

- ☐ определить место специальных мероприятий в системе менеджмента организаций
- ☐ выявить особенности событийной коммуникации в сфере культуры
- ☐ выявить особенности организации событий для продвижения учреждения культуры в молодежной среде
- ☐ определить степень лояльности молодежи по отношению к Пермскому театру оперы и балета
- ☐ разработать и реализовать программу продвижения Пермского театра оперы и балета в молодежной среде
- ☐ оценить результативность реализованной программы

Рис. 29. Верно

- не допускаются неуместные для серьезного дискурса иллюстрации, «веселые» и забавные картинки и пр. (рис. 30),



Рис. 30. Неверно

- не допускаются многофигурные композиции или однотипные иллюстрации, из которых трудно вычленить необходимый для понимания элемент (рис. 31-32).

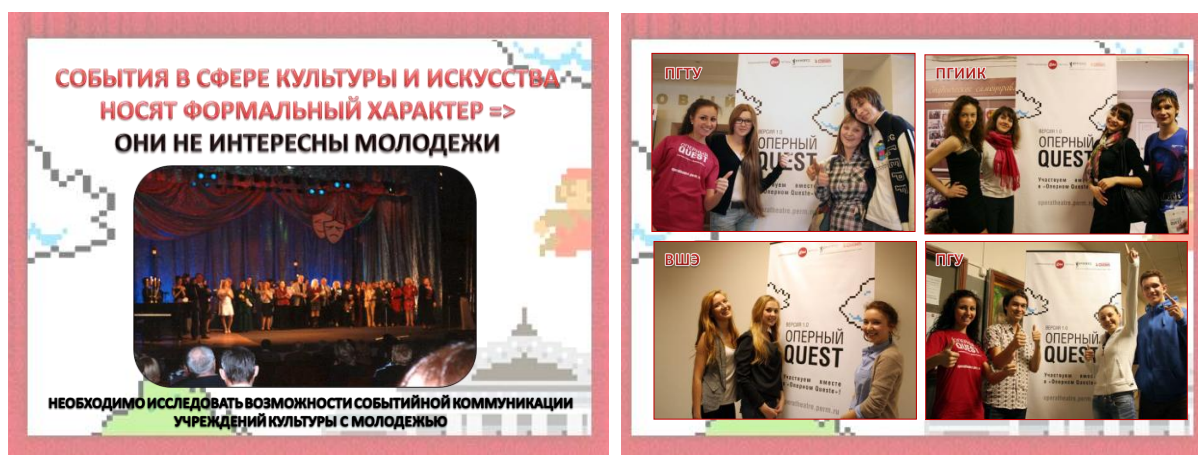


Рис. 31. Неверно



Рис. 32. Верно

3.5. Таблицы в презентации:

- не следует вставлять в презентации большие таблицы: они практически не воспринимаются;
- целесообразно заменять их графиками или диаграммами, построенными на основе этих таблиц;
- если таблица необходима, то лучше оставить минимальное число строк и столбцов, привести только самые необходимые данные.

4. Типичные ошибки в представлении презентации:

- использование разнородной графической стилистики (фон, логотип, шрифт и пр.);
- использование большого количества текстового материала, тогда как предпочтение следует отдавать графическим материалам (иллюстрации, графики, диаграммы, таблицы и пр.);
- несоответствие по времени презентации тексту выступления. Презентация должна занимать 75-80% отведенного регламентом времени;
- включение цитат, общеизвестной информации и определения используемых терминов (например, *репозиционирование – это...*; *имидж – это...* и т.п.), чужих и несущественных данных, т.е. презентация должна включать только данные и выводы, полученные автором;
- использование большого объема текста. Желательно – не более 6-8 строк на слайде;
- чтение слайда дословно;
- слишком частое или слишком редкое переключение слайдов. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1–2 минуты, допускается до 5 минут. Для кратких выступлений допустимо два слайда в минуту, но не более;
- слишком мелкий размер шрифта и пр.

Использованная литература

1. Шумаков Д.А. Конструирование презентаций. Часть I. URL: <http://method.volny.edu/data/pmii/pres/1.htm>
2. Ястребов Л.И. Классификация презентаций. URL: http://educates.ru/post_1212262212.html