

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЯДЕРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ «МИФИ»

Н.И. Ищенко, Г.Г. Рехина

## Презентация как средство представления проекта

*Рекомендовано к изданию  
УМО «Ядерные физика и технологии»*

Москва 2013

УДК 005.84(07)  
ББК 65.050.2я7  
И98

*Ищенко Н.И., Рехина Г.Г.* **Презентация как средство представления проекта.** М.: НИЯУ МИФИ, 2013. – 60 с.

Предлагаемое учебно-методическое пособие предназначено, в первую очередь, для студентов, изучающих учебные курсы по тематике управления проектами и, в частности, такие темы, как проведение коммуникаций, планирование, организация и представление проекта, программные средства управления проектами и ряд других.

Пособие может оказать существенную помощь при самостоятельной проработке учебной темы «Планирование, организация и проведение презентаций» по учебной дисциплине «Информационно-аналитические модели проектов». Материалы пособия будут также полезны при проведении практических занятий по использованию современных информационных технологий в проектной деятельности.

Подготовлено в рамках Программы создания и развития НИЯУ МИФИ.

Рецензент канд. экон. наук, доц. К.В. Найденкова

ISBN 978-5-7262-1878-6

© *Национальный исследовательский  
ядерный университет «МИФИ», 2013*

## Оглавление

<b>Введение</b> .....	4
<b>1. Процесс подготовки презентации</b> .....	5
1.1. Общие понятия и определения .....	5
1.2. Формулирование цели презентации .....	6
1.3. Определение специфики аудитории .....	8
1.4. Организация пространственно-временной среды для проведения презентации проекта .....	10
<b>2. Разработка структуры и содержания презентации проекта</b> .....	14
2.1. Ключевые составляющие успешной презентации проекта .....	14
2.2. Структура презентации .....	15
2.3. Пример структуры слайдов презентации проекта .....	20
<b>3. Подготовка наглядного материала, иллюстрирующего содержание презентации проекта (визуализация)</b> .....	25
3.1. Значение визуализации .....	25
3.2. Размерность и пространство слайда .....	26
3.3. Иллюстрации на слайде .....	27
3.4. Оформление слайда (фон), цветовые решения .....	31
<b>4. Полезные советы по подготовке к проведению презентации проекта</b> .....	36
4.1. Подготовка к выступлению .....	36
4.2. Типичные ошибки презентации проекта, их следствия и способы предупреждения .....	38
<b>5. Корпоративные стандарты подготовки презентаций</b> .....	43
5.1. Задача корпоративных стандартов .....	43
5.2. Структура корпоративных стандартов презентаций .....	43
5.3. Подготовка руководства по применению корпоративного стандарта подготовки презентаций .....	48
<b>6. Использование графических и табличных представлений Microsoft Project при подготовке презентации проекта</b> .....	50
6.1. Использование MS Project при подготовке презентации проекта .....	50
6.2. Графические и табличные формы представлений .....	50
6.3. Работа в среде MS Project .....	56
<b>Список литературы</b> .....	59

## ВВЕДЕНИЕ

Результативность практически любой научно-инженерной, проектно-конструкторской, управленческой, образовательной и иной деятельности существенно зависит от умения представлять свой потенциал, свои идеи и результаты деятельности заинтересованной аудитории.

Общеизвестно, что существуют области деятельности или отдельные акты деятельности, которые определяются одновременно такими понятиями, как наука и искусство.

Каждый, кто имеет опыт подготовки и представления презентации, согласится, что в этом вопросе нет мелочей, поскольку любая, даже незначительная неточность или оплошность воспринимается как непрофессионализм.

Можно сформулировать общий перечень особенностей, которые оказывают влияние на технологию и способ представления материала и, в конечном счете, на результат представления. Так, в частности:

- личность презентующего;
- его должностное положение и авторитет (не секрет, что одни и те же положения, утверждения или предположения, высказанные разными людьми, воспринимаются по-разному);
- состав, численность, уровень компетентности аудитории (реакция на представление материала может быть различной, в зависимости от того, устанавливаются или не устанавливаются в среде присутствующих на презентации так называемые «горизонтальные» связи, которые оказывают влияние на реакцию аудитории);
- наличие в аудитории «признанного лидера» и другие условия.

Для использования данного пособия на практике рекомендуется иметь навыки работы с программными средствами: MS Project, MS Power Point.

# 1. ПРОЦЕСС ПОДГОТОВКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

## 1.1. Общие понятия и определения

В любой сфере деятельности принципиальное значение имеет этап презентации и продажи идеи. Не думайте, что идея каким-то образом продаст себя сама. Этап представления идеи заинтересованной аудитории может оказаться более важным, чем ранние стадии ее разработки.

Существует много примеров идей, не получивших должного признания потому, что их не сумели правильно подать.

Кто первым выдвинул теорию эволюции путем естественного отбора? Большинство из вас ответит: Чарльз Дарвин. Однако на самом деле за 10 лет до Дарвина это сделал шотландский писатель-ботаник Патрик Мэтью (Patrick Matthew). Почему же его не заметили? Блестящая теория Мэтью не получила признания из-за его скромного общественного положения и потому, что автор поместил ее в конце книги о деревьях.

Люди, умеющие доходчиво и убедительно доносить свои мысли до окружающих, будут востребованы всегда. Есть те, кто обладает природным талантом делать блестящие презентации. Правда, таких людей очень немного. Что делать всем остальным? К счастью, этому искусству можно научиться. Уверенное поведение, удержание внимания слушателей, оригинальные техники, делающие презентацию яркой и запоминающейся, – все эти обязательные составляющие презентации при желании осваиваются.

Значение эффективных технологий проведения презентаций в проектной деятельности невозможно переоценить. Несколько минут блестящей презентации проекта могут окончательно решить судьбу упорной подготовительной работы.

Представление проекта инвестору или заказчику в виде презентации – едва ли не главная составляющая его успеха.

Итог этого важнейшего этапа будет зависеть от многих условий:

- 1) насколько профессионально и состоятельно разработано содержание презентации;
- 2) насколько точно составлен социально-психологический портрет будущей аудитории и в соответствии с этим выбраны методы подачи материала;

3) насколько свободно докладчик владеет навыками публичного выступления и управления вниманием аудитории;

4) насколько уместно и грамотно он использует технические и наглядные средства.

Итак, презентация в проектном цикле занимает особое место, ее предназначение состоит в донесении целей проекта, его составляющих и показателей до инвесторов и заказчиков.

Теперь определимся с понятиями. Что такое «презентация»? Можно найти множество определений этого понятия. «Современный толковый словарь русского языка» [8] дает следующее **определение презентации**: «Презентация – (от латинского слова *presentatio* – представление, вручение) – общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного».

Само слово «презентация» подразумевает представление новой информации, продукции, услуг, проектов. Смысл любой презентации – добиться заинтересованного отношения к представляемому новшеству со стороны собравшейся аудитории.

Стив Мэндел в книге «Навыки эффективной презентации» [12] пишет: «Презентация – это выступление, которое обычно делается в бизнесе, в технической сфере, в кругу представителей определенной профессии или в научной среде. Аудитория здесь, как правило, гораздо больше, чем в случае с типичной речью, и состоит из специалистов определенной области деятельности».

Успешная презентация – это запоминающееся информационное шоу, способное эффективно воздействовать на аудиторию и мотивировать ее к определенным дальнейшим действиям.

Таким образом, **проект** – это информирование людей о каком-либо проекте, определение обратной реакции, поиск заинтересованных в поддержке разработки и реализации проекта. Задача состоит не столько в том, чтобы описать проект максимально кратко, а в том, чтобы передать суть идеи, ее «энергетику» и сделать это наглядно и захватывающе.

## 1.2. Формулирование цели презентации

**Основная цель презентации** – это *логичное убеждение инвесторов в реальной конкурентоспособности проекта на основе расчетов и последовательного обоснования его эффективности*. Поэтому в центре внимания должна быть конкурентоспособность

проекта, а его представление и презентация – это не попытка продать любой ценой своих идей, а логичное, последовательное и эффективное доказательство преимуществ данного проекта по сравнению с другими. Иными словами, реализация предлагаемого проекта должна быть обеспечена целевым сегментом рынка, однако это не означает, что вы должны обходить острые углы и ретушировать объективные трудности.

Оперирование наилучшими показателями проекта, старательный обход всех возможных зон риска, психологическая обработка инвестора уводит проект, инвестора и самих разработчиков в область будущих глубоких разногласий и конфликтов, потерь финансов, времени, перспектив дальнейшего сотрудничества. Серьезные расхождения неизбежно начнутся, когда вдруг выяснится, что реальные показатели эффективности гораздо ниже презентационных, фактическая доходность инвестиций совершенно не удовлетворяет инвестора, ряд условий не соблюдается, а многие факторы неверны. В результате проект будет либо досрочно прекращен, либо вместо стратегического сотрудничества с инвестором будет краткосрочное взаимодействие и поиск нового инвестора. При этом разработчики и собственники проекта теряют главное – свой имидж, историю своих удачных проектов, репутацию, что в дальнейшем будет иметь значение при привлечении инвестиций.

Опыт показывает, что *установление стратегических отношений с инвесторами* должно быть всегда во главе угла разработчиков и собственников проекта, если они хотят получить крупные прибыли от него и высокую доходность. Это означает отчетливое понимание того, что инвестор выступает не только как источник инвестиций, но и мощный источник формирования положительной или негативной репутации и имиджа разработчиков и собственников проекта.

Еще одна цель презентации – установление обстановки взаимного доверия, открытости и доброжелательности взаимодействия с инвесторами на всех этапах, обеспечение его доступа ко всей необходимой информации, предоставление возможности влиять на ход проекта, в успехе которого он заинтересован не менее, чем разработчики и собственники проекта. Определение цели позволяет точно сформулировать и поставить задачи, ясно представить, что должны от разработчика узнать слушатели, в чем убедиться и что сделать.

### 1.3. Определение специфики аудитории

После ясной и лаконичной формулировки цели необходимо определиться с той аудиторией, для которой предназначена презентация. Определение целевой аудитории – второй, неразрывно связанный с первым этап подготовки.

Следует иметь в виду, что существуют две точки зрения на проект: точка зрения заказчика (инвестора) и точка зрения исполнителя. Эффективная презентация должна полноценно отражать обе эти позиции. Поэтому анализ проблемной ситуации, прежде всего, должен учитывать позицию заказчика, а формулировки целей и ожидаемых результатов должны отвечать ожиданиям заказчика.

Каждому приятно осознавать, что что-то делается специально для него. Люди будут слушать оратора, если то, что он говорит, интересно, важно и полезно для них. Каждый из присутствующих должен понимать, что тратит время не напрасно.

Ключевой момент в достижении основной цели презентации – представить проект инвесторам так, чтобы он выглядел близким к их целям. Для этого необходимо определить специфику аудитории, составить ее социально-психологический портрет и постараться найти то, что объединяет собравшихся людей. Помощь в решении этой задачи могут оказать ответы на следующие вопросы:

1. Кто наши слушатели? Каковы их интересы, возраст, социальный статус, пол (у каждой группы свои приоритеты и цели)?
2. Каков опыт и каковы компетенции ваших потенциальных слушателей в той области, которой посвящена презентация?
3. Какую реакцию желательно получить от аудитории? Какого рода поддержку вы ожидаете?
4. Какие преимущества получают люди, если поддержат вас и ваш проект?

Составленный социально-психологический портрет аудитории необходимо учитывать и в отборе содержательной части презентации проекта. Предпочтительно использовать примеры, близкие и понятные данной аудитории, ссылаться на то, что ей знакомо, использовать терминологию, которую люди понимают или могут использовать сами. Если вы хорошо представляете себе интересы слушающих вас людей, значит, вы сбалансировано и обоснованно сможете использовать основные инструменты эффективной презентации:



1) содержание проекта, излагаемое с учетом потребностей и вы- год потенциального заказчика, инвестора или потребителя;

2) эмоциональное воздействие – то впечатление, которое оста- нется надолго и не в меньшей степени, чем содержание, сформиру- ет отношение инвестора к проекту;

3) грамотно подобранный визуальный ряд, иллюстрирующий содержание проекта.

Есть еще одно преимущество создания социально-психологи- ческого портрета целевой аудитории: заранее зная, кто будет на презентации, можно легко предугадать, какие вопросы, скорее все- го, будут заданы; соответственно, у вас будет время продумать стратегии и тактики ответов.

**Главный принцип успешных презентаций:** думай не о себе и своем товаре, а о своей аудитории и потребностях сидящих перед тобой людей; говори не все, что сам знаешь, а лишь то, что надо знать слушателям. На рис. 1.1 проиллюстрированы основные принципы успешной презентации проекта.



Рис. 1.1. Основные принципы успешной презентации

## **1.4. Организация пространственно-временной среды для проведения презентации проекта**

В процессе подготовки презентации следует по возможности учитывать практически все особенности помещения, в котором предстоит выступать. Простор, акустика, освещение, наличие кондиционеров – все это будет существенно влиять на настрой собравшихся. При осмотре помещения необходимо не пропустить ни одной детали, поскольку упущенные мелочи могут вылиться в серьезные проблемы во время проведения презентации. Не лишним будет проверить возможность варьирования уровня освещенности и исправность каждого задействованного в демонстрации аппарата. Текст, графика и звук должны разборчиво восприниматься с любого места аудитории. Поэтому стоит своевременно выяснить, к кому обратиться в случае необходимости.

Важно правильно разместить слушателей в выбранном помещении (если это в вашей власти). Надо помнить о соблюдении баланса между комфортом и концентрацией внимания. Теснота и неудобные стулья заставят слушателей отвлекаться, но это не значит, что нужно посадить их в уютные мягкие кресла. Этим можно добиться противоположного эффекта – не удивляйтесь, услышав храп. Идеальный вариант – стулья с прикрепленным к подлокотнику планшетом для письма, стоящие несколькими рядами на достаточном расстоянии друг от друга.

Стоит избегать проведения презентации в понедельник рано утром или в пятницу в конце рабочего дня, а также во время обеда: вашей аудитории либо будет не хватать времени, либо ее будут отвлекать другие дела.

### **Основные рекомендации:**

- Чем в меньшей степени вы предполагаете «живую» дискуссию аудитории, тем больше может быть число самих участников.
- Если на презентацию приглашено топ-руководство, значит, число людей должно быть минимальным, а техническое обеспечение – наиболее совершенным.
- Если вас слушает группа людей до 50 человек, расстояние между вами и первым рядом слушателей должно составить не более 6 м и не менее 3 м.

- Как правило, докладчик имеет статус авторитета и эксперта (исключения из этого утверждения, безусловно, есть, предлагаем читателю сформулировать их самостоятельно), он стоит на специально отведенном месте перед сидящими слушателями. Эта позиция автоматически увеличивает силу и значимость произносимых слов.

- Во время презентации предпочтительно стоять сбоку от стола: это воспринимается как своеобразный «выход к народу». Имейте в виду, что любой предмет между вами и слушателями можно рассматривать в качестве психологического барьера при установлении контакта с аудиторией.

- Желательно, чтобы входы/выходы в помещение располагались так, чтобы входящие и выходящие не отвлекали аудиторию от слов докладчика.

- При показе собравшимся слайдов или надписи на флипчарте необходимо, чтобы изображение находилось слева от вас, тогда взгляды слушателей будут периодически возвращаться к вам под влиянием навыка чтения.

- Технические средства должны быть именно средствами для достижения максимального эффекта от доклада! Они должны быть исправны и использоваться своевременно, плавно, не раздражать и не отвлекать аудиторию.

- Слайд презентации должен присутствовать на экране не менее 30 с и не более 2 мин (в первом случае аудитория не успеет рассмотреть, что же все-таки было представлено, а во втором – слушатели могут заметить существующие нестыковки и ошибки, что послужит поводом для ненужных вопросов докладчику).

Для кратких выступлений допустимо два слайда в минуту, но не быстрее. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух.

- Если содержание презентации сложное, то необходимо подготовить раздаточные материалы. Листы раздаточных материалов и слайдов следует пронумеровать.

- Речь и слайды не должны совпадать, поскольку презентация – это визуальная поддержка выступления, которая позволяет сделать речь более популярной и образной. В слайдах отражается больше технических подробностей, чем в докладе: формулы, схемы, таблицы, графики. В коротком выступлении на них можно ука-

зывать по ходу изложения, но при этом не надо останавливаться на объяснении всех мелочей.

- Десять–пятнадцать слайдов – это то количество, которое могут полноценно «усвоить» слушатели. Больше число слайдов говорит о том, что вы не сумели выделить главные мысли, подтверждающие правильность тезиса вашей речи. Загромождать презентацию всевозможными фактами, цифрами, графиками означает уничтожить ее воздействующую силу (у того, кто не забивает один единственный гвоздь, а втыкает дюжину слабеньких канцелярских кнопок, все отваливается). Каждый слайд должен работать на главную идею и приближать к главной цели презентации. Поэтому необходимо отбросить все лишнее и отобразить на слайдах действительно самое главное.

- Время выступления должно рассчитываться так, чтобы включать не только доклад, но ответы на вопросы слушателей.

Вопрос, который часто задают: сколько времени потребуется на подготовку презентации проекта? Если следовать советам специалистов в этой области, то рассчитать его весьма просто: на одну минуту выступления может приходиться до часа подготовки [11]. Подготовка эффективной презентации – весьма затратный по времени процесс. Репетиции, репетиции, репетиции – и всего одно выступление. Получается, что презентация проекта – премьерный спектакль, предлагаемый зачастую единожды.

---

### **Контрольные вопросы к главе 1**

1. Назовите основные цели презентации проекта перед инвестором.
2. Как найти поддержку даже у самой недружелюбной аудитории?
3. Перечислите основные условия эффективной презентации.
4. Должен ли инвестор иметь доступ ко всей информации о проекте?
5. Какие технические и программные средства необходимо использовать для проведения эффективной презентации?
6. Какие преимущества дают современные мультимедийные средства проведения презентации проекта?
7. Каким образом внешнее окружение (помещение, освещенность, места размещения участников и т.д.) могут влиять на успешность презентации?

8. Какое время считается оптимальным для демонстрации одного слайда? Объясните, почему.

9. В каком соотношении должны находиться содержание выступления и содержание слайдов?

10. Какое число слайдов считается оптимальным при 15-минутном выступлении?

### **Контрольные задания к главе 1**

1. Сформулируйте цели и задачи вашего дипломного проекта (УИР).

2. Опишите специфику аудитории, слушающей дипломный проект.

3. Нарисуйте оптимальное на ваш взгляд расположение технических средств, слушателей и докладчика в аудитории для аудитории, вмещающей 10–15 слушателей.

4. Сформулируйте основные требования к организации и проведению презентации, если:

- в аудитории до 10 человек,
- число участников более 50 человек.

5. Подготовьте сообщение на тему «Наука и искусство». Сформулируйте собственную точку зрения на эти понятия.

6. Сформулируйте и опишите такое понятие, как стратегические отношения с инвестором.

## 2. РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА

### 2.1. Ключевые составляющие успешной презентации проекта

Создать и описать универсальную систему разработки содержания презентации невозможно, поскольку акценты в её содержательной части для каждого проекта расставляются по-своему с учетом целей, как самого проекта, так и его презентационной части. Однако общие рекомендации все-таки необходимо сформулировать.

**Привлечение внимания аудитории.** Начать следует с самой сути того, почему у вас появилась идея разработки данного проекта. Несколько первых предложений задают тон всей презентации. Чаще всего – это четкое объяснение уникального решения большой проблемы, которое вы разработали. Оно должно быть конкретным и четким, ни в коем случае не абстрактной концепцией. Если есть возможность упомянуть авторитетные имена, организации, имеющие отношение к выполнению данного проекта, подтвержденный положительными отзывами опыт вашей команды по разработке подобных проектов – это лучше всего сделать в начале выступления. Не стоит ждать, что аудитория сама «докопается», что в вашей команде есть два лауреата Нобелевской премии.

**Проблема.** Необходимо четко показать, что существует актуальная проблема (уже существует или вот-вот возникнет), которую вы планируете решить в ходе выполнения проекта. В этом контексте надлежит описать ключевую особенность вашего решения – существует особое решение или уникальная возможность, благодаря которой вы сможете достичь положительных результатов, увеличить прибыль, снизить издержки, увеличить скорость, расширить охват, увеличить эффективность или что-то подобное.

**Решение.** Что и кому предлагается: программное решение, аппаратное решение, сервис, комбинацию этого? Следует описать в понятных для всех терминах, что у вас есть или что вы производите, что может решить описанную вами проблему. Надо избегать аббревиатур, непонятных сокращений или специфических терминов, которые ничего не значат для большинства людей. Необходи-

мо показать, с кем вы планируете сотрудничать, и почему они захотят работать с вами. Если у вас уже есть клиенты и доходы, необходимо заявить об этом.

Иногда полезно показать календарный план и механизм реализации проекта, включая при необходимости описание уникальных методик или технологий.

**Конкурентное преимущество.** Всегда полезно иметь в виду, что у вас уже есть конкуренты. Как минимум, вы конкурируете с привычным способом ведения дел. А скорее всего, есть близкий конкурент или прямой конкурент уже работающий над схожим решением. Так что необходимо четко понять и изложить ваше ключевое, жизнеспособное конкурентное преимущество. Не стоит убеждать инвесторов, что ключевым преимуществом вашего проекта является только то, что вы первопроходец в данной сфере.

**Команда.** Почему вы считаете, что ваша команда обладает всеми необходимыми для успеха навыками? Не нужно просто присылать короткие резюме каждого члена команды, объясните, чем опыт именно каждого члена команды поможет добиться успеха. Если кто-то из членов вашей команды работал в известных компаниях – обязательно упомяните об этом. Посмотрите материалы по теме «Команда проекта».

**Объем требуемых средств, ожидаемые результаты.** В заключении можно представить ожидаемые результаты и эффект проекта в долгосрочной перспективе (экономический или социальный).

Аудитории всегда интересен объем средств, который необходим для реализации проекта. Обычно показывается минимальный объем средств, требуемых для достижения первых результатов. Если потребуются еще один раунд финансирования в дальнейшем, то необходимо сказать об этом и указать объем дополнительных средств. На презентации инвестиционных проектов слушателям полезно раздать резюме проекта, его бизнес-план, при необходимости – бюджет или смету расходов.

## 2.2. Структура презентации

Грамотное структурирование презентации облегчает слушателям восприятие информации. Во время выступления целесообразно придерживаться известного правила трех частей: введение – основ-

ная часть – заключение. После выступления следует вопросно-ответная часть.

Таким образом, в структуре презентации выделяются четыре функциональные части, у каждой из которых свои задачи и средства:

1. ВСТУПЛЕНИЕ
2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ
3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ
4. ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

**Вступление и заключение.** Следует обратить внимание на «ударные» части презентации – вступление и заключение. Напомним, что закон риторического края гласит: лучше всего слушатели запоминают начало и окончание выступления.

**Начало презентации.** Самые важные – первые несколько минут. Вы или захватите аудиторию с самого начала, или тут же потеряете ее. Хорошее начало помогает неопытному оратору почувствовать себя более уверенно. Хорошим началом могут быть провокационный вопрос, история из жизни, какие-то факты или статистические данные, упоминание последних новостей или известная цитата.

В начале презентации также требуется ответить на невысказанные вопросы слушателей: Зачем мы здесь? О чем нам собираются рассказать? Какие достоинства позволяют докладчику говорить об этом вопросе? Что мне это даст?

**Заключение** – важнейшая часть презентации, которая больше всего должна запомниться слушателям. Содержание всей презентации должно быть нацелено именно на ее удачное завершение. Почти всегда люди принимают окончательное решение в момент завершения презентации. Поэтому в заключительной части еще раз следует напомнить основную мысль, заострить внимание на ключевых деталях, подчеркнуть плюсы вашего предложения.

Хотя по времени вступительная и заключительная части занимают от 10 до 30 % общей длительности выступления, однако общее впечатление от презентации проекта на 80 % определяется ими. Вступление и заключение – самые яркие моменты презентации, в них должно быть продумано и взвешено каждое слово.



*Как можно завершить презентацию?*

- *Счастливей конец.* Докладчик указывает на преимущества и выгоды и делает вывод, что данный продукт, услуга или программа лучше всех остальных.

- *Лучшее лекарство.* Докладчик показывает, как функции и/или особенности данного продукта, услуги или программы позволяют аудитории избежать проблем, устранить риск и достичь своих целей.

- *Последний экзамен.* В конце подводятся итоги каждого из основных пунктов презентации и подчеркивается, почему каждый из этих пунктов удовлетворяет какую-то потребность или решает какую-либо проблему.

- *Показательный пример.* Докладчик рассказывает историю, преимущественно из личного опыта или опыта своей организации, которая прекрасно иллюстрирует все пункты презентации.

- *Эмоциональное завершение.* Докладчик приводит слушателей в такое состояние, что они готовы радостно сорваться с места или начинают доставать носовые платки и утирать слезы. Эмоциональное завершение необязательно должно быть громким, неистовым, но оно должно быть мощным и сильно влиять на аудиторию.

**Основная часть.** Человеческое мышление иерархично или, если угодно, фрактально. Пытаясь понять тему, человек выделяет несколько идей как самые главные (более 5–7 одновременно в голове не удержать, реально – 3–4). Чтобы каждую из них понять глубже, он их разбивает на более простые идеи; а те, в свою очередь, на ещё более простые и так далее. Держать всю иерархию идей целиком в голове невозможно, поэтому где-то она неминуемо обрывается. При этом мелкие технические подробности так и остаются непонятыми, но без особого ущерба для целостного восприятия всей картины. Вся эта работа проводится каждым слушателем индивидуально и полуосознанно в процессе восприятия выступления.

По сути дела, выступление – это передача «иерархии идей» от человека к человеку. Многие принципы ясного изложения направлены на то, чтобы передавать эту иерархию в наиболее явном виде. Слушатель не должен тратить своих ментальных усилий на «восстановление» иерархии идей из неструктурированного потока фраз. Это достигается различными техническими приёмами:

- название доклада на первом слайде должно отражать самую главную идею, то есть соответствовать вершине иерархии;
- в начале основной части презентации желательно привести содержание доклада. Оптимально – три пункта, в каждом пункте – три подпункта;
- в ходе демонстрации слайда, содержащего структуру основной части, докладчик, например, говорит: «Предлагаемый метод заключается в выполнении трёх шагов:...» или «Есть три причины, по которым стандартный подход не оптимален. Рассмотрим каждую из них в отдельности». Если этих вспомогательных фраз не говорить, содержание доклада не изменится; однако восприниматься он будет гораздо тяжелее;
- каждый модуль основной части презентации следует посвящать отдельному вопросу и структурировать по схеме: мини-вступление, основная часть с коротким резюме и «связка» для перехода к следующему модулю;
- важные идеи верхних уровней обязательно должны быть отражены на слайдах и сказаны словами. Если идея «проскакивает» только на слайде – это верный признак её второстепенности;
- в течение выступления можно несколько раз сказать «основная идея в том, чтобы...». Но злоупотреблять этой фразой не стоит;
- наиболее важные слова, идеи, фрагменты можно выделять цветом на слайде, чтобы они сразу бросались в глаза. Этим тоже нельзя злоупотреблять

**Ответы на вопросы.** Это – обязательная структурная часть презентации. Как правило, после слов «У кого есть вопросы?» наступает своеобразный «момент истины», в котором проверяются внутренняя сила докладчика и степень его владения материалом. Порой на этом этапе презентаторы напоминают профессиональных бойцов: они или нападают, или защищаются, оправдываясь. Заметим, что агрессивно-оборонительная позиция весьма непродуктивна. Гораздо больше очков принесут спокойствие и подчеркнуто нейтральное отношение к спрашивающему. Особенно пригодится на этом этапе умение беспристрастно оценивать суждение слушателя и находить в нем рациональное зерно.

**Запланированные вопросы.** Подготовленный заранее вопрос или находчивый и остроумный ответ могут оживить аудиторию и

покажут презентатора умным человеком. Рассмотрим несколько полезных советов.

- При помощи «мозгового штурма» участников вашей команды составьте список возможных вопросов. Опыт показывает, что не менее 70 % вопросов, которые будут вам заданы, вы сможете предвидеть.

- Когда вам задают вопрос, старайтесь вникнуть в его суть, не начинайте в этот момент мысленно искать ответ. При ответе смотрите на всю аудиторию, а не только на человека, задавшего вам вопрос.

- При ответе на вопросы в ходе презентации не уходите от темы.

- Во время ответа постарайтесь найти мостик между вопросом и основной мыслью. По максимуму используйте любую возможность продвижения основной идеи. Этот прием называется «привязка ответа к выступлению», например: «Вот почему работу над проектом надо начать как можно раньше».

- Не превращайте ответ на вопрос в еще одну презентацию, вспомните афоризм А. Чехова: «Краткость – сестра таланта».

- Если ответ на вопрос занимает слишком много времени или он не интересен большей части аудитории, ответьте на этот вопрос после презентации.

- Перед ответами на вопросы скажите, каким количеством времени вы располагаете, а затем переходите к первому вопросу.

- Если ни у кого нет вопросов, задайте вопрос самому себе.

- Если ответ на вопрос неизвестен, лучше быть честным. Попробуйте найти какой-нибудь способ связи с человеком, задавшим вопрос, чтобы дать ему ответ в будущем.

- По истечении времени, отведенного на вопросы, подведите итоги.

- При ответе повторяйте вопросы, чтобы их услышал каждый слушатель. При необходимости перефразируйте вопрос. Например:

*Вопрос:* Каким образом вы собираетесь осуществлять рекламное сопровождение проекта?

*Повторение:* Каким образом мы собираемся осуществлять рекламное сопровождение проекта?

*Вопрос:* Почему мы должны верить, что в будущем вы добьетесь увеличения показателей, если в этом году они у вас такие низкие?

*Перефразирование:* Есть ли причина сомневаться в будущем?

Обратите внимание! При использовании перефразирования вы становитесь источником вопроса в том виде, в каком это выгодно вам, и еще – есть гарантия, что собравшиеся услышат вопрос, на который вы отвечаете.

Часто слушатели пытаются спросить докладчика о чем-то непосредственно во время проведения презентации. Можно корректно сказать: «На все вопросы я отвечу чуть позже» или совсем коротко ответить, если вопрос важный и ответ на него не нарушит структуры ваших рассуждений. Помните: отвечая подробно, можно легко сбиться с мысли и, нарушив регламент, не успеть сказать о самых важных моментах.

Закончить презентацию лучше удачным ответом на вопрос.

Весь секрет умения отвечать на вопросы во время проведения презентации проекта состоит в том, чтобы предвидеть их и быть к ним готовым!

### **2.3. Пример структуры слайдов презентации проекта**

***Слайды 1–2. Сведения о проекте.***

- Название и адрес организации.
- Данные докладчика.
- Занимаемый пост.
- Адрес веб-ресурса организации или проекта.
- Учредители проекта.

***Слайд 3. Идея и цель проекта.***

- Идея и цель проекта на основе резюме бизнес-плана.

***Слайд 4. Сведения о результатах, которые будут получены при реализации проекта (товаре либо услуге).***

- Описание ожидаемого результата и технология его достижения.

***Слайд 5. Необходимые финансовые вложения.***

- Сумма необходимых финансовых вложений в проект.
- Сроки и форма их предоставления.
- Цель инвестиций.
- Варианты выхода.
- Доля инвестора в проекте.

***Слайд 6-8. Команда проекта.***

- Основные данные о руководителях и команде проекта.
- Данные об основании организации, научной команды или проекта.
- Успехи команды, краткое изложение истории работы команды, её лидеров.

***Слайд 9. Имеющиеся активы.***

- Имеющиеся в наличии производственные помещения.
- Дорогостоящее или «эксклюзивное» оборудование.
- Иные материальные ценности.

***Слайды 10-11. Интеллектуальная собственность.***

- Имеющаяся интеллектуальная собственность.
- Способы юридической защиты интеллектуальной собственности.
- Деятельность, осуществляющаяся в направлении оформления интеллектуальной собственности, выполняемые на момент представления проекта.
- Перспективы по оформлению интеллектуальной собственности.

***Слайд 12. Бизнес-модель.***

- Основные моменты бизнес-проекта.
- Модель менеджмента.
- Отличительные черты организационного и производственного процесса.
- Отличительные особенности менеджмента.
- Отношения с поставщиками и клиентами.
- Отношения с персоналом.

***Слайд 13-14. Экономика проекта.***

- Краткое представление экономических данных проекта.
- Предварительные перспективы финансовых потоков.
- Визуальные представления перспектив реализации и производства.
- Прогнозы основных затрат.

***Слайд 15. План деятельности после финансовых вложений.***

- Планируемая деятельность в период после вложения финансовых средств в проект.

***Слайд 16. Контакты.***

- Указание адреса, телефонных контактов, электронных адресов и т.д.

## **Слайд 17. Приложения.**

- Премии, сертификаты и т.д.
- 

### **Контрольные вопросы к главе 2**

1. Чем структура презентации инвестиционного проекта, на ваш взгляд, должна отличаться от структуры презентации дипломного проекта?
2. Что должно быть в презентации, а от чего стоит воздержаться?
3. Какие моменты презентации нужно выделить особо, обратить на них внимание?
4. Какое значение для успеха презентации имеет демонстрация календарного плана проекта?
5. Какое значение имеет представление команды проекта?
6. Какое значение для успеха презентации имеют вступительная и заключительная части?
7. Какая структура основной части презентации может быть наиболее успешной?
8. Что такое «запланированные вопросы» и как их готовить?

### **Контрольные задания к главе 2**

1. Сформулируйте задачи дипломного проекта (УИР) и оформите в виде слайда, подобного представленному на рис. 2.1.

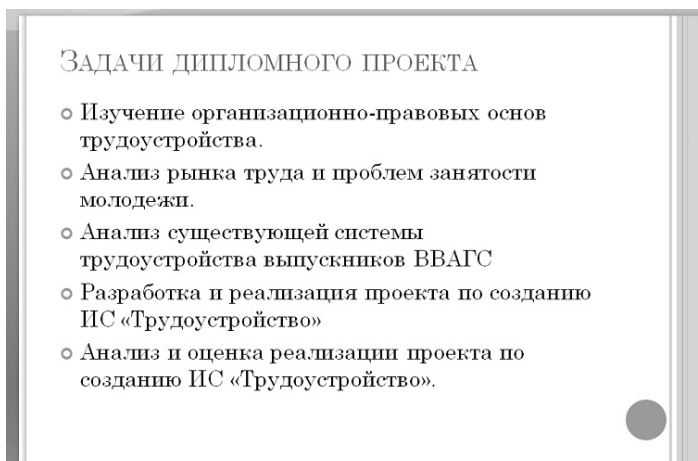


Рис. 2.1. Задачи проекта

2. Преобразуйте информацию о цели и задачах дипломного проекта (УИР) в виде дерева целей и задач. Подготовьте слайд с вашими данными, аналогичный представленному на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Дерево целей проекта

3. Подготовьте слайд, отображающий структурную декомпозицию работ по вашему проекту (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Структурная декомпозиция работ проекта

4. Подготовьте письменные тезисы выступления (в пределах 15 минут) по теме своей работы.
5. Подготовьте 2–3 страницы суммирующего раздаточного материала – основные положения, выводы.
6. Подготовьте 2–3 страницы наглядного иллюстративного материала – таблицы, схемы, рисунки.



### **3. ПОДГОТОВКА НАГЛЯДНОГО МАТЕРИАЛА, ИЛЛЮСТРИРУЮЩЕГО СОДЕРЖАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА (ВИЗУАЛИЗАЦИЯ)**

#### **3.1. Значение визуализации**

Демонстрация слайдов является дополнением к докладу, текст всегда первичен. Поэтому будем исходить из того, что главное требование к визуализации – наглядность. От того, насколько просто и доступно представлен результат работы, зависит больше половины успеха.

С другой стороны, привлекательные визуальные средства, хороший образ иногда стоят тысячи слов, особенно если они необычны и своевременны.

Исследования показали [4], что если используются визуальные средства, то около 40 % людей скорее позволят убедить себя с ними, чем без них, а 25 % потратят больше денег на тот же самый товар или услугу. Визуальные средства помогают рассказать то же самое за более короткое время. Хорошие визуальные средства стимулируют интерес, способствуют пониманию, доверию и подкрепляют то, что было сказано.

Каковы правила использования визуальных средств? Сколько должно быть слов, сколько графики?

Знаете ли вы о том, что зрительный нерв в 50 раз толще слухового? Это значит, что огромный поток информации мы воспринимаем визуально, глазами, поэтому следует делать презентацию проекта зрелищной. Для создания визуального ряда можно использовать рисунки, таблицы, иллюстрации, слайды. Визуальные средства делают презентацию более привлекательной, красноречивой, убедительной и достоверной.

Грамотно использовать визуальный ряд – значит создать зрительный образ, который передаст слушателям вашу идею. Приведем наглядный и убедительный пример из электронного ресурса [21].

Оратор выходит на сцену, держа в руках очень красивую розу с крупными лепестками. Роза – это человек. Каждый человек красив так же, как и эта роза.

Пауза. Оратор дает возможность каждому полюбоваться красивым, благородным цветком.

Но что происходит с человеком, когда он начинает употреблять наркотики? Первая доза – и она вырывает у человека талант, вторая доза – и она вырывает у человека ум, третья доза – и она вырывает у человека память, четвертая доза – и она вырывает у человека мечты, пятая доза – и она вырывает у человека...

(С каждой фразой оратор вырывает у розы лепестки и бросает их на пол, пока вскоре в его руках не остается покалеченный цветок, один взгляд на который заставляет сжиматься сердце.)

Если не хотите покалечить свою жизнь, свою душу, свое будущее, если не хотите, чтобы вы стали подобными этому мертвому, искалеченному цветку, то скажите «НЕТ» НАРКОТИКАМ!

Как видите, оратор сумел грамотно и точно выстроить визуальный ряд своей идеи, который – мы уверены – слушатели не смогут забыть очень долго.

Парадоксально, но иногда слайды «убивают» саму презентацию, превращая ее в «учебный показ с громкой читкой».

Существуют ли правила эффективного использования визуальных средств?

### **3.2. Размерность и пространство слайда**

Представьте себя на месте человека, который сидит в зале и смотрит на то, что вы показываете. Если вы сядете в конце зала, то наверняка заметите, что с экрана монитора сложнее читать, чем с обычного листа, да и небольшой размер экрана накладывает ограничения при показе материала. Существуют также выявленные психологами особенности восприятия человеком визуальных объектов. Отсюда возникли правила размерности и композиции элементов слайда:

- Один слайд = одна идея.
- Одна мысль-высказывание = одна строка.
- 5–6 строк = один слайд.
- 5–6 слов = одна строка.
- Следует минимизировать текст на слайдах. Например, при объяснении тезиса можно поступить так: текст пишется на кадре максимально крупным шрифтом (размером не менее 18 пикселей), а пояснения к нему проговаривает докладчик.

- Стоит использовать простой печатный шрифт вместо экзотических и витиеватых шрифтов, например: Arial, Verdana (без засечек), поскольку шрифты с засечками (типа Times New Roman) плохо воспринимаются глазом с экрана. Лучше использовать только один вид шрифта.

- Слайд должен акцентировать только ключевые идеи. «Меньше – значит больше». Идея проста: чем меньше деталей оказывается на экране, тем мощнее их воздействие на аудиторию. Чем меньше идей оказывается на слайдах, тем больше внимания достается каждой идее. Таким образом, слайд не должен показывать все, его задача актуализировать только самое главное и на этом акцентировать внимание слушателей. Самого главного, как вы понимаете, не может быть много.

- Восприятие текстовой информации (в большинстве языков) происходит слева направо и сверху вниз. Если текст слайда содержит вопрос и ответ, зритель должен прочесть сначала вопрос, а потом ответ. В этом случае текст вопроса выносится вверх изображения, поближе к левому углу, а текст ответа вниз изображения или правее от вопроса.

- То, что находится ближе (на переднем плане) воспринимается раньше, чем что-то на заднем плане. Эффект заднего плана можно получить достаточно сильной размыткой. Объект с нормальной резкостью будет выглядеть расположенным на переднем плане и восприниматься первым.

- Крупные и достаточно яркие (контрастирующие) элементы также воспринимаются раньше мелких, детализированных. Любой «выделенный» объект в композиции становится тематическим или смысловым центром.

- Следует нумеровать слайды. Это поможет и докладчику, и слушателям на стадии ответов на вопросы.

### 3.3. Иллюстрации на слайде

Применение иллюстраций в презентации должно подчиняться следующим правилам.

**Размер.** Большие объекты острее воспринимаются, но чем сильнее реакция на объект – тем сильнее отторжение. Щит наружной рекламы на магистрали воспринимается более спокойно (рас-

стояние, скорость, состояние защищенности в автомобиле). И тот же щит на пешеходной дорожке может просто подавить зрителя своими размерами и огромными цветовыми пятнами. Поэтому в дизайне слайда нет понятия абсолютного размера, а есть лишь относительный, кажущийся размер в данных условиях и в данном окружении.

**Естественность и уместность.** Любой объект или изображение может быть естественным в одной ситуации и неуместным в другой. Например, изображения цветов и сердец прекрасно смотрится на сайте знакомств, но, скорее всего, не подойдут для презентации проекта.

**Выделение объекта из среды.** Среди однородных объектов внимание концентрируется на том объекте, который отличается какими-то качествами. Одна черная корова среди стада рыжих, большое объявление на полосе газеты среди маленьких, цветное изображение среди черно-белых и наоборот. На практике это означает, что выделять нужно самое важное.

**Линии, стрелки, направленный градиент,** ритм вызывают устойчивое направляющее, указывающее воздействие. Но, используя их, избегайте ситуации, когда приходится просматривать композицию (в обратном направлении). Это вызывает дискомфорт на уровне подсознания и подсознательное желание найти его причину.

**Использование в презентации SmartArt объектов и диаграмм** может наполнить смыслом и сделать более притягательной любую презентацию, однако докладчик должен внимательно продумать какой тип объекта или диаграммы в наибольшей степени соответствует его цели и более полно отражает идею, представляемую слушателям.

**Иллюстрации (рисунки, графики, таблицы)** должны иметь четкое, краткое и выразительное название.

**Надо избегать необоснованных иллюстраций** в презентации, иначе она теряет свою серьезность и начинает напоминать журнал «Веселые картинки».

**Не следует перегружать презентацию** оптическими и акустическими эффектами. Мерцающие буквы, быстро сменяющиеся страницы, постоянно крутящиеся на экране объекты и непрерывно звучащая музыка могут раздражать и отвлекать слушателей.

**Таблицы и графики на слайдах.** Таблицы и графики могут быть подготовлены средствами Power Point (Добавление диаграмм) или перенесены в презентацию из другой программы в виде связанного или внедренного объекта.

Таблицы менее предпочтительны в презентациях, так как имеют меньшую наглядность и привлекательность для слушателей. Однако при необходимости можно вставить на слайды небольшое количество итоговых таблиц. Таблицы должны содержать не более 6–8 строк и более 5 столбцов, иначе они не будут читаться на расстоянии. Наиболее важные цифры необходимо выделить цветом или размером.

Графики наглядней и предпочтительней таблиц используются в презентации для представления изменения величин во времени. При демонстрации графиков типовое пояснение к ним может быть такое: «По горизонтальной оси отложено ..., по вертикальной оси – ..., отсюда видно, что...».

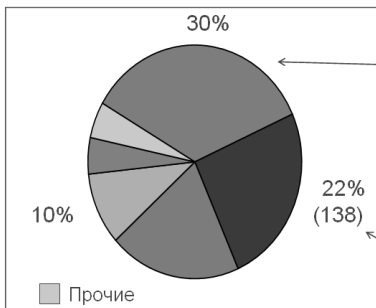
Рассмотрим особенности представления на слайдах презентации графиков и диаграмм.

**Линейные графики.** Правила оформления и пример линейного графика показан на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Линейные графики в презентации

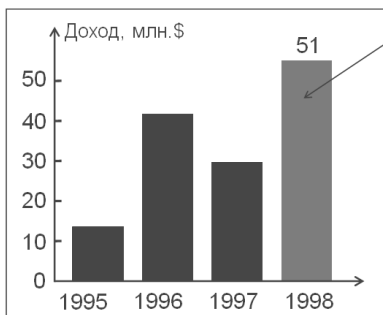
**Круговые диаграммы.** Правила оформления и пример круговой диаграммы показан на рис. 3.2.



- Оптимально использовать не более 6-8 компонентов. Если их больше, то объединить менее значимые в «Прочие» или разбить на две диаграммы
- Наиболее важный компонент должен располагаться в самом верху диаграммы и быть выделен самым ярким цветом (штриховкой)
- Остальные компоненты — по часовой стрелке — от самого большого к самому маленькому
- Чтобы избежать перегруза, лучше использовать либо проценты либо значения, либо проценты

Рис. 3.2. Круговые диаграммы в презентации

**Столбиковые гистограммы.** Правила оформления и пример столбиковой диаграммы показан на рис. 3.3.



- Пространство между линейками должно быть меньше, чем ширина линеек
- Наиболее важный элемент должен иметь самый яркий цвет (штриховку)
- Лучше использовать либо шкалу, либо конкретные значения, чтобы не было перегруза. Шкала, — когда надо показать порядок, цифры, — если нужна конкретика
- Максимум — шкалу и одно значение, если его надо выделить
- Лучше избегать десятых (округлять), т.к. они плохо запоминаются
- Если значений больше 6-8, лучше применять график

Рис. 3.3. Столбиковые гистограммы в презентации

**Линейчатые диаграммы для корреляционного сравнения.** Эти диаграммы (если меньше 10–15 значений переменных) показывают наличие или отсутствие зависимости между компонентами (рис. 3.4).

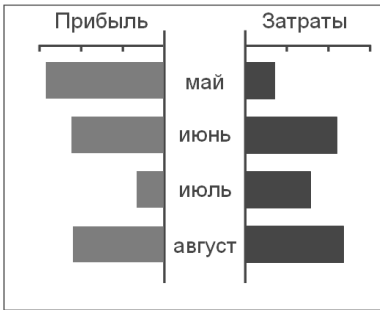


Рис. 3.4. Линейчатые диаграммы для корреляционного сравнения в презентации

- Рекомендации по использованию диаграммы аналогичны, представленным на предыдущем слайде
- Если значений больше 10-15, лучше использовать точечную диаграмму

**Точечные диаграммы.** Эти диаграммы используются только для корреляционного сравнения (если больше 10–15 значений переменных) и показывают наличие или отсутствие зависимости между компонентами (рис. 3.5).

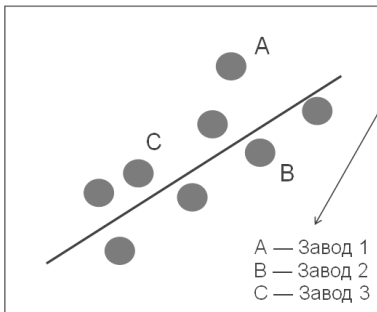


Рис. 3.5. Точечные диаграммы в презентации

- Обозначать точки лучше буквами или цифрами, иначе будет перегруз. Расшифровку привести в легенде
- Если значений меньше 10-15, лучше применять линейчатые диаграммы

### 3.4. Оформление слайда (фон), цветовые решения

В определенных пропорциях цвет способен создавать настроение и привлекать внимание, но при нарушении этих соотношений может восприниматься как опасность и вызывать реакцию недоверия. Поэтому при подготовке презентаций обычно пользуются следующими приемами.

- Текст должен быть контрастным, темным на светлом фоне. Остерегайтесь светлых цветов текста – они плохо видны издали. В качестве цвета основного шрифта рекомендуется использовать черный или темно-синий.

- Лучше, если все поле будет светлым, в центральной части, где расположен материал, – светло-серым или палевым, а внизу – более темным.

- Не следует использовать более трех различных цветов на одном слайде.

- Лучше использовать одну цветовую гамму во всей презентации, а не различные стили для каждого слайда. Однако только автор презентации, зная наиболее полно цель и пристрастия аудитории, в конечном счете, решает вопрос дизайна каждого конкретного слайда и всей презентации в целом.

- Абсолютно ясно, что презентация должна иметь единый дизайн, это касается оформления фона, графических объектов (иллюстраций, диаграмм и т.д.), размера и стиля шрифта текста, логотипов и управляющих элементов.

**Психологическое восприятие цвета человеком.** Для правильного использования и компоновки цветов воспользуемся дизайнерским понятием цветовой гаммы. В основе создания цветовой гаммы лежит круг Гесса (рис. 3.6).

При разработке дизайна презентации полезно ориентироваться на триадную гамму: три основных цвета и их оттенки.

Основными цветами при построении любой гаммы или палитры являются красный, желтый и синий. Смешением этих трех цветов можно получить любой другой цвет или оттенок.

Производными называются цвета, полученные в результате смешения двух соседних основных цветов. Красный и желтый дают оранжевый, желтый и синий дают зеленый, синий и красный дают фиолетовый.

Дополнительными называются цвета, по этой схеме находящиеся друг против друга. Каждый основной цвет имеет дополнитель-

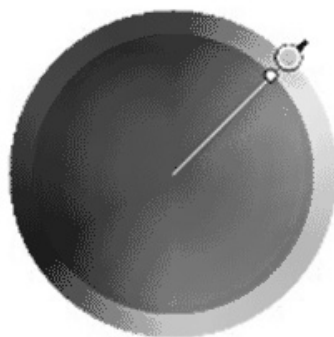


Рис. 3.6. Круг Гесса



ный производный. Красный – зеленый, синий – оранжевый, желтый – фиолетовый. Эта информация важна при композиционном построении слайда, при выборе цветовых акцентов, при учете психовосприятия и создания требуемого настроения. Умело используя комбинации производных и дополнительных цветов, можно добиться необходимого эффекта.

Теперь, немного о «вечном» – о цвете. Различные материалы о психологическом восприятии цветов широко известны и опубликованы во многих изданиях. В вопросе восприятия конкретного цвета психологи подходят индивидуально к каждому человеку. Дело в том, что конкретный цвет у большинства людей ассоциируется с конкретным образом, вещью или событием в его жизни и находится в подсознании человека. А эти ассоциации могут быть различными – как положительными, так и отрицательными.

Восприятие цвета может носить тематическую направленность. Например, красный. В технической области он символизирует опасность, а в области моды чувственность и смелость. Если взять красный цвет в природе, то, скорее всего, он породит ассоциации со сладостью спелых ягод. В России в социальной сфере он заставит вспомнить о коммунизме, а у жителей других стран этого может и не быть. Получилась достаточно разнообразная картина ассоциаций, связанных с красным цветом.

Поэтому выбирать цвета для каждой конкретной ситуации следует очень осторожно, избегая давления одного сплошного цвета. Может быть, у самого важного клиента он вызовет совершенно негативные ассоциации.

При построении композиции стоит, например, спросить своих знакомых о цветах, поинтересоваться их мнением и ассоциациями – это очень полезная практика.

**Анимация.** Анимация может быть как помощником, так и врагом докладчика. Например, анимация диаграмм всегда активизирует внимание слушателей и делает доклад более динамичным.

Анимация текста полезна на слайде-меню, но часто не совпадает с речью докладчика и, в конечном счете, путает слушателей.

Автоматическая смена слайдов и их озвучивание имеют смысл только при демонстрации презентации автономно от докладчика, например, на выставке или при пересылке по почте.

Современные возможности Power Point по использованию различных анимационных эффектов не оставляют равнодушным никого, но излишняя анимация (выпрыгивающие и бегающие зайчики, лисички и собачки) – не самое лучшее дополнение к докладу.

## Контрольные вопросы к главе 3

1. Какие принципы подготовки слайдов нарушены на слайдах 1 и 2?

Распределение земельного фонда Российской Федерации по категориям земель по состоянию на 1 января 2006г. На основании государственного доклада о состоянии земельного фонда РФ

категория земель	1990	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Земли сельскохозяйственного назначения	639	397,9	400,8	393	401	401,5	402,6
Земли поселений	1	1	2	2	2	2	2
Земли промышленности	7,5	18,8	18,9	19,1	19,1	19,2	19,2
Земли особо охраняемых территорий	16	17,3	17,1	17	16,7	16,7	16,7
Земли лесного фонда	17,4	34,1	34,2	34,2	34,2	34,2	34,2
Земли водного фонда	895	1102	1103	1104	1105	1105	1105

Слайд 1

### Категории земель

- Действующее законодательство предусматривает 7 категорий земель:
  - Земли сельскохозяйственного назначения – земли за чертой поселений, предоставленные для нужд сельского хозяйства, а также предназначенные для этих целей.
  - В состав земель категории входят фонд перераспределения земель.
  - Земли поселений – земли, используемые и предназначенные для застройки и развития городских и сельских поселений и отдельных их частей от земель других категорий.
  - Земли промышленности, индустрии, транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения – земли, предоставляемые в установленном порядке предприятиям, учреждениям, организациям для осуществления возложенных на них специальных задач. Эти земли расположены за чертой поселений.
  - Земли категории в зависимости от характера специальных задач, для решения которых они используются или предназначены, подразделяются на:
    - земли промышленности;
    - земли энергетики;
    - земли транспорта;
    - земли связи, радиовещания, телевидения;
    - земли информатики и другие земли специального назначения.
  - Земли особо охраняемых территорий и объектов – земли, имеющие особые природоохранное, научное, историко-культурное, эстетическое, рекреационное, оздоровительное и иное ценное значение, которые решаются компетентным органом власти полностью или частично из хозяйственного использования и оборота для которых установлен особый правовой режим.
  - В категорию земель входят территории, занимаемые государственными природными заповедниками, национальными и природными парками, государственными природными заповедниками, памятниками природы, дендрологическими парками, ботаническими садами, лечебно-оздоровительными местностями и курортами, объектами культурного наследия, степей, травянистых и др.
  - В настоящее время часть объектов, имеющих особый правовой режим использования, относятся к другим категориям земель, так как земли или земельные участки, на которых расположены эти объекты, на основании существующей прав на них принадлежат в управлении другим министерствам и ведомствам или входят в состав земель поселений.
  - Земли водного фонда – в данной категории состоят лесные и не лесные земли. Лесные земли представлены участками, подпадающими под особый правовой режим использования (вырубки, бревенчатые, пожеванные и др.). Не лесные земельные участки предназначены для ведения лесного хозяйства (просеки, дороги, болота и др.).
  - В категорию не входят лесные земли, расположенные на землях обороны, землях городских и сельских поселений, а также лесные земли, ранее предоставленные в пользование сельскохозяйственным предприятиям, на которые право собственности (бессрочное) пользования не перешло.
  - Земли водного фонда – земли, занятые водными объектами, обладающими значимыми свойствами, а также земли, выделенные для установления лесного фонда и зон охраны водобойки, гидроэнергетическому использованию и иным водохозяйственным сооружениям и объектам.
  - Земли водного фонда – все земли, не принадлежащие гражданам или юридическим лицам в собственность, владение, пользование или аренду.

Слайд 2

3. Какие требования к тексту не соблюдены на слайде 3 в данном случае?

**Оборотоспособность земли:**

- земля может находиться в частной, государственной, муниципальной и иных формах собственности;
- ★ • право частной собственности охраняется законом. Никто не может быть лишен своего имущества иначе как по решению суда;
- граждане и их объединения вправе иметь в частной собственности землю;

Слайд 3

4. Как вы оцениваете цветовое и графическое оформление слайда 3?

5. Перечислите основные правила эффективного использования визуальных средств.

6. Назовите основные правила размерности и композиции элементов слайда.

7. Сформулируйте основные правила, которым должны удовлетворять иллюстрации.

8. Перечислите основные правила размещения таблиц и графиков на слайдах.

8. Назовите правила применения цветовых решений при оформлении слайдов.

### Контрольные задания к главе 3

1. Расположите на слайде диаграмму, подпись к ней и логотип фирмы в соответствии с рассмотренными в данной главе правилами.

2. При заданной теме презентации предложите цветовое решение оформления слайдов.

3. Проведите сравнительный анализ отображения информации с помощью линейной диаграммы (графика), круговой диаграммы, столбиковой гистограммы, точечной диаграммы.

## 4. ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА

### 4.1. Подготовка к выступлению

При подготовке к выступлению следует еще раз проверить доклад, уделив внимание следующим вопросам.

1. Хорошо ли воспринимается текст?
2. Опираются ли основные моменты доклада на факты?
3. Понятны ли рисунки и иллюстрации и относятся ли они к данной теме?
4. Не используются ли термины и выражения, непонятные аудитории?
5. Является ли завершение презентации запоминающимся?

Запишите репетицию своего выступления на видео (или хотя бы аудио) и внимательно просмотрите (прослушайте) ее, отмечая все уходы от темы и другие проявления нервозности. Если есть возможность, прорепетируйте свое выступление перед небольшой аудиторией или коллегами и узнайте их мнение о содержании и стиле презентации.

Помните, что лучший способ борьбы с нервозностью – это уверенность в себе, увеличивающаяся с каждым новым выступлением.

Обратите внимание на использование специальных терминов и слов, которые часть аудитории может не понять. Постарайтесь дать краткую характеристику каждому из них, когда употребляете их в процессе презентации впервые. Также можно использовать сделанные в виде листовки «памятки», чтобы аудитория пользовалась ими в процессе презентации.

Избегайте понятий, которые звучат красиво, но не несут особой смысловой нагрузки. «Динамичный», «уникальный», «невообразимый» – все эти термины ничего не значат. Расскажите о своей идее простым, доходчивым языком, как если бы вы рассказывали о ней своему другу.

Постарайтесь не использовать слова и действия, раздражающие слушателей.

1. Слова-паразиты: "э-э", "м-м". Эти звуки мешают воспринимать текст, отталкивают слушателей от самой сути презентации и

сводят на "нет" усилия докладчика. Также они создают впечатлительные плохой подготовки к презентации.

2. Движения-паразиты:

– игра с ювелирными украшениями (например, с цепочкой или кольцом) или с усами или бородой (у мужчин), с локонами волос (у женщин);

– облизывание или покусывание губ говорящим;

– постоянное поправление очков;

– пощелкивание ручкой;

– позвякивание содержимым карманов;

– склонность на что-нибудь опираться.

3. Слишком бурная жестикуляция. Хуже отсутствия жестикуляции, может быть только ее излишек.

4. Вызывающая одежда. К сожалению, вызывающая одежда говорит громче, чем докладчик.

5. Безграмотность. Орфографические ошибки говорят о небрежности и несерьезности.

6. "Говорит и показывает Спина"! Во время презентации следует общаться именно со слушателями, а не с экраном, маркерной доской или флип-чартом. Если необходимо обратить взор к вышеуказанным вещам, то делать это надо с поворотом не более чем на 45 градусов и не использовать собственные пальцы в качестве указки.

7. Делая презентацию, не делайте речь:

– плохие докладчики те, кто читает непосредственно с листа. Один из самых простых способов потерять аудиторию – просто прочитать презентацию;

– не стоит перечитывать демонстрируемый на слайдах текст. Слушатели способны сделать это самостоятельно. Лучше потратить больше словесных аргументов на оживление показываемых графиков или картинок.

Если докладчик полагается на письменные заметки, процесс замедляется, и спонтанность пропадает. Чем меньше автор презентации полагается на заметки, тем легче ему поддерживать с аудиторией визуальный контакт. Лучшим подспорьем для памяти могут быть небольшие карточки для заметок, в которых написано несколько ключевых слов. Лучшая презентация – та, которая выглядит почти спонтанной. Она должна проходить легко и гладко.

## 4.2. Типичные ошибки презентации проекта, их следствия и способы предупреждения

Успех презентации вашего проекта зависит не от удачи, он состоит из продуманных действий, сбора необходимой информации и умения вести деловое общение. В табл. 4.1 приведены типичные ошибки, допускаемые при презентации, их следствия и способы предупреждения.

**Таблица 4.1. Типичные ошибки презентации проекта**

Типичные ошибки презентации и их следствия	Способы их предупреждения
<p>Потенциальная аудитория не изучается, не продумывается характер доведения точной информации до каждого участника, формы и способ подачи информации.</p> <p>В результате выступление безадресно, информация большей частью не доходит до инвесторов или искажается</p>	<p>В зависимости от состава аудитории следует изменять характер подачи информации. Темп и громкость речи должны соответствовать аудитории. Если присутствуют иностранные инвесторы, то при выступлении необходим несколько более медленный темп речи (но не слишком) и обязательны небольшие паузы в наиболее важных местах. Помимо подчеркивания смысла, они необходимы, чтобы переводчик успел перевести сложные термины и цифры</p>
<p>Выступлению не предшествует тренинг, в результате выбранный «естественный стиль» оборачивается небрежностью, нарушает общепринятые в деловом мире правила проведения презентации.</p> <p>Разрушается имидж менеджеров компании и в целом делаются неблагоприятные выводы об уровне их управленческой культуры. Это негативное восприятие в дальнейшем трудно изменить</p>	<p>Каждой презентации проекта должна предшествовать серьезная работа со специалистами в области построения и проведения презентаций, которые со стороны видят то, что сам выступающий не ощущает.</p> <p>Необходима целенаправленная подготовка команды по проведению презентации (доклад, подготовка иллюстративных материалов, сбор данных об участниках, характере аудитории, особенностях места проведения мероприятия)</p>

Типичные ошибки презентации и их следствия	Способы их предупреждения
<p>Выступление не сопровождается временным графиком изложения вопросов и расстановкой их приоритетов.</p> <p>В результате главная информация не доходит до инвестора, а второстепенные данные ему малоинтересны.</p> <p>Одна из главных ошибок – это доклад с позиции собственных интересов, например: «Нам нужны инвестиции» (инвестиции сегодня нужны многим; докажите что ваши условия и ваш проект более выгодны, чем другие проекты). В этом смысл презентации.</p> <p>Практически всегда пренебрегают рисками проекта и не находят нужным объяснить, в чем гарантии защиты интересов инвестора, обеспечивают ли ему доступ к необходимой информации по использованию инвестиций.</p> <p>Презентация теряет смысл, так как главная цель – доведение объективной информации – не реализуется</p>	<p>Докладу должен предшествовать тщательный отбор смысловых блоков информации, отвечающих излагаемым вопросам. В пределах 10–20 мин не следует излагать более 3–5 основных вопросов. К ним следует отнести:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• предельно краткое резюме проекта;</li> <li>• краткое описание объекта инвестирования, его потенциала и проблем развития;</li> <li>• сущность предлагаемого инвестиционного проекта, его основные количественные характеристики эффективности (экономические результаты, рентабельность, срок окупаемости, доходы инвестора и другие);</li> <li>• риски проекта и способы их минимизации;</li> <li>• механизм защиты интересов инвестора и его инвестиций;</li> <li>• рыночные перспективы проекта и возможные выгоды для инвестора при дальнейшем сотрудничестве</li> </ul>
<p>Пренебрежение к оформлению; своего доклада слайдами, буклетами, видеоматериалами, демонстрацией на компьютере или изготовлением их на низком уровне.</p> <p>Информация слабо воздействует на инвестора, создает у него впечатление о слабой подготовке менеджеров</p>	<p>Презентация обязательно должна сопровождаться иллюстративными материалами, демонстрацией их на экране, желательно использование мультимедиа. Зарубежным инвесторам целесообразно вручить материалы с краткой характеристикой преимуществ и перспектив проекта на английском или их родном языке</p>

Окончание табл. 4.1

Типичные ошибки презентации и их следствия	Способы их предупреждения
<p>Инвестору представляют данные только о проекте, но ничего не говорится о команде менеджеров по его управлению, их квалификации, опыте, владению необходимыми технологиями. Такой команды или нет вообще, или она составлена из совершенно случайных людей, или все будет выполняться функциональными службами.</p> <p>Все эти варианты показывают, что менеджментом проектов в компании не владеют.</p> <p>Инвестиции доверяют конкретным людям, объединяемым в команды по управлению проектом. Если инвестор их не видит, то думает, что методы работы командами не применяются, доверие к проекту у него снижается</p>	<p>Важно помнить, что самые лучшие проекты много раз становились неудачными из-за слабой подготовки команды менеджеров, бюрократии и безответственности внутри компании.</p> <p>Поэтому готовая команда квалифицированных менеджеров, владеющих методами и технологиями инвестиционного менеджмента, является мощным фактором противодействия рискам проекта</p>
<p>Закрытость информации по проекту и объекту инвестирования. Инвесторы не любят иметь дело с неизвестными объектами типа «черный ящик», когда известно только, что есть на входе в систему и что на выходе, а что происходит с проектом внутри, от него скрыто</p>	<p>Сотрудничество с инвестором будет тем успешнее, чем яснее вы сможете показать, что готовы к обсуждению любого вопроса и рассматриваете его как партнера. При возникновении проблем он понимает, что от него ничего не скрывали и сам начинает предпринимать активные действия по их решению</p>

В табл. 4.2 дан контрольный список вопросов. Заполнение таблицы поможет убедиться в том, что основные этапы подготовки пройдены, необходимые действия к представлению проекта выполнены.



**Таблица 4.2. Контрольный список вопросов**

ВОПРОС	ДА/НЕТ	КОММЕНТАРИИ
Сформулирована ли цель презентации?		
Поставлены ли основные задачи представления проекта?		
Сформулирована ли основная идея презентации проекта?		
Проведен ли предварительный анализ интересов аудитории?		
Составлен ли социально-психологический портрет аудитории?		
Оценивали ли вы свою презентацию глазами слушателей?		
Отобрано ли основное содержание презентации с учетом поставленной цели?		
Выбраны ли методы подачи материала в соответствии с социально-психологическим портретом аудитории?		
Выработана ли четкая структура содержания?		
Составлен ли подробный и четкий план выступления?		
Выбран ли «ударный» момент в аргументации вашего представления?		
Проведен ли мозговой штурм с целью составления перечня возможных вопросов?		
Тщательно ли продуманы стратегии и тактики ответов, особенно на каверзные вопросы?		
Продуман ли и грамотно сформулирован визуальный ряд, иллюстрирующий содержание презентации?		
Продуманы ли тактики организации пространственной среды для проведения презентации?		
Проведена ли репетиция с обязательным использованием всей техники, которая понадобится для демонстрации презентации?		
Определен ли перечень сильных и слабых сторон вашего материала и его представления, а также перечень возможных «угроз»?		

---

#### **Контрольные вопросы к главе 4**

1. Что нужно сделать, чтобы презентация вашего проекта была эффективной, т. е. чтобы она способствовала достижению поставленных целей и демонстрировала жизнедеятельность проекта?
2. Опишите самые распространенные ошибки докладчика во время проведения презентации.
3. На ком тренироваться и как понять, что выступление доведено до совершенства?
4. Перечислите основные вопросы, которым следует уделять особое внимание при подготовке текста выступления.
5. Назовите основные правила «поведения» при проведении презентации.

## 5. КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ПОДГОТОВКИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

### 5.1. Задача корпоративных стандартов

Задача корпоративного стандарта – максимально облегчить и упростить технические моменты, связанные с созданием презентации, и дать сотрудникам организации возможность сконцентрироваться на главном – на содержании презентации.

Введение корпоративных стандартов для презентаций имеет смысл, если:

- компания проводит много клиентских презентаций, от качества которых зависит успех ее проектов и деловая репутация;
- PowerPoint – стандарт внутрикорпоративной отчетности;
- работа в PowerPoint занимает значительную часть рабочего времени сотрудников.

### 5.2. Структура корпоративных стандартов презентаций

В структуру корпоративных стандартов входят:

- дизайн слайдов (корпоративный стиль) (или несколько дизайнов под разные контексты – например, публичные выступления и внутренние отчеты);

- шаблоны слайдов (полный набор шаблонов компании для внутреннего и внешнего использования обычно содержит порядка 80 шаблонов);

- руководство пользователя – наглядный прикладной инструмент, позволяющий сотрудникам корректно использовать корпоративный стандарт, поддерживая высокий уровень презентаций в компании.

**Дизайн слайдов.** Единый шаблон дизайна станет важным инструментом укрепления имиджа организации, который обеспечит формирование узнаваемого облика серьезной компании, подчеркнет индивидуальный фирменный стиль, поможет выделиться среди конкурентов и придаст презентациям солидный и запоминающийся вид.

Наиболее распространенным вариантом является дизайн трех слайдов: титульный, внутренний и разделительный. Он существует практически в любой компании и разрабатывается большинством рекламных агентств.

Крупные компании предпочитают иметь в арсенале расширенный корпоративный стиль:

- разные дизайны титульных слайдов (например, чтобы объединить или разделить презентации разных направлений деятельности, придать индивидуальность презентации, учесть разную специфику цветопередачи на проекторе и ПК);
- несколько слайдов-разделителей (например, чтобы подчеркнуть индивидуальность каждого раздела). Они могут отличаться как полностью, так и по отдельным элементам: цветовой гамме, тематическим фотографиям и рисункам;
- несколько внутренних слайдов (например, для презентаций с разным объемом информации на слайде: отчеты и публичные выступления).

**Шаблоны слайдов.** Во многих компаниях под шаблонами понимается дизайн 3–5 слайдов (стиль), чем и ограничиваются при разработке фирменного стиля. Однако в этом случае стиль определяет лишь общий вид слайда, и каждый сотрудник оформляет одну и ту же информацию совершенно по-разному.

В большинстве случаев, необходимо иметь в арсенале от 50 до 150 шаблонов в зависимости от требуемой стандартизации и разноплановости презентаций. Обычно необходим базовый пакет из 50 типовых шаблонов (слайды с текстом, таблицами, схемами, диаграммами, картами, изображениями и т. д.).

Все шаблоны легко редактируются конкретным пользователем. Необходимо лишь скопировать нужный шаблон в текущую презентацию и заменить данные (фотографию, текст, цифровые данные). Корпоративное оформление будет автоматически применено.

Помимо типовых шаблонов удобны в использовании готовые типовые слайды. Например, «информация о компании», «история развития компании», «организационная структура», «биография руководителей», «контактная информация» и т. д.

**Шаблоны структур.** Визуализация структуры – важный момент эффективной презентации. Частично задача решается на этапе проектирования стиля (слайды-разделители, навигация и гиперссылки). Но важно правильно использовать инструмент (например, адаптировать структуру с 3 до 6 разделов).

Можно вносить изменения и самостоятельно, но, как показала практика, даже сотрудники с большим опытом часто структуру «сбивают», оформляя каждый по-своему, не говоря уже о затраченном времени (профессиональному верстальщику требуется от 30 до 60 минут на настройку одного шаблона).

Именно поэтому мы рекомендуем разработать набор из 7 шаблонов структур для 1–7 разделов (7 – максимальное число разделов, которое человек может воспринять).

***Пример набора шаблонов корпоративного стандарта.*** Для создания презентаций ГК «Росатом» принят набор шаблонов, который рекомендуется использовать при подготовке выступлений на отраслевых совещаниях и коллегиях (рис. 5.1–5.6).

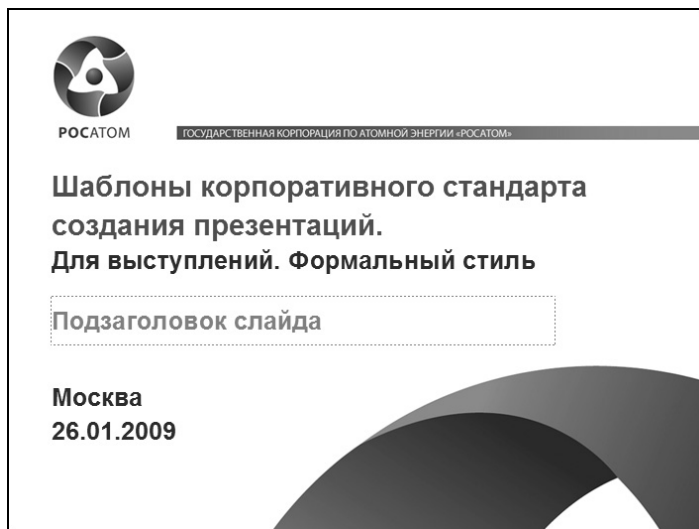


Рис. 5.1. Шаблон титульного слайда

Содержание	
<b>1</b>	Первый раздел
<b>2</b>	Второй раздел
<b>3</b>	Третий раздел
<b>4</b>	Четвертый раздел
<b>5</b>	Пятый раздел
<b>6</b>	Шестой раздел

www.minatom.ru 2

Рис. 5.2. Шаблон структур



Рис. 5.3. Шаблон слайдов-разделителей – титульный слайд каждого нового раздела презентации

## Содержание второго уровня

1 2 3 4 5 6

**1.1. Первый подраздел**

**1.2. Второй подраздел**

**1.3. Третий подраздел**

**1.4. Четвертый подраздел**

www.minatom.ru
4

Рис. 5.4. Шаблон структур второго уровня

## 2 текста и 2 объекта справа

1 2 3 4 5 6

- Стоимостной объем экспорта в 2008 году возрастет почти на 30 % по сравнению предыдущим годом
- Рост обеспечен увеличением поставок продукции коммерческого назначения




www.minatom.ru
5

Рис. 5.5. Шаблон слайда с текстом и иллюстрациями



Рис. 5.6. Шаблон слайда с контактной информацией

### **5.3. Подготовка руководства по применению корпоративного стандарта подготовки презентаций**

Основная задача руководства по применению корпоративного стандарта – помочь сотрудникам правильно использовать шаблоны. Поэтому оно должно содержать рекомендации по оформлению слайдов:

- используемые дизайны и слайды, определяющие структуру презентации;
- применяемые цвета, шрифты, правила типографики;
- рабочие области и разметка типовых шаблонов;
- правила оформления текстовых слайдов (количество символов, размеры шрифта, межстрочные интервалы, форматирование списков и т. д.);
- правила применения графических объектов (форматирование фотографий, оформление диаграмм, таблиц, схем, карт и т. д.).



---

### **Контрольные вопросы к главе 5**

1. Как с помощью шаблонов можно быстро и легко создать привлекательную презентацию?
2. Перечислите основные виды шаблонов, необходимые для подготовки фирмой корпоративных презентаций.
3. Какие визуальные объекты и элементы обычно содержат фирменные шаблоны слайдов.

### **Контрольные задания к главе 5**

1. Создайте набор слайдов-шаблонов для проведения презентаций Вашей (виртуальной) компании: шаблон титульного листа, шаблон структуры, шаблон текста с иллюстрациями.
2. Найдите в интернете примеры корпоративного стандарта фирмы, используемого для подготовки презентаций.

## 6. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКИХ И ТАБЛИЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ MICROSOFT PROJECT ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА

### 6.1. Использование MS Project при подготовке презентации проекта

Учебная дисциплина «Информационно-аналитические модели проектов» включает глубокое изучение пакета **MS Project**. Данная глава демонстрирует возможности включения результатов подготовки проекта в среде MS Project в презентацию, что делает ее более информативной и эффективной.

MS Project предлагает надежные средства по управлению проектами с оптимальным сочетанием практичности, наглядности, мощности и гибкости, благодаря чему можно управлять проектами более эффективно и рационально.

Пользователь получает актуальные данные в виде таблиц, диаграмм, сетевых графиков и может управлять работами, планами и финансами, поддерживать согласованность работы проектных групп, а также повышать результативность работы благодаря интеграции с известными приложениями системы Microsoft Office, в частности **Power Point**, обладающими мощными возможностями подготовки отчетности.

Одним из основных элементов интерфейса в MS Project является **Представление**. Переключаться с одного представления на другое удобнее всего с помощью специальной **Панели представлений**, которая отображается с левой части окна. Чтобы вывести ее на экран, следует в меню **Вид** выбрать пункт **Панель представлений**.

Для перехода из одного представления в другое можно также открыть меню **Вид** и выбрать в нем одно из основных представлений (верхние опции выпадающего списка).

### 6.2. Графические и табличные формы представлений в MS Project

**Диаграмма Ганта** является основным представлением в пакете MS Project. Таблица в левой части данного представления включает поля, содержащие: названия работ (задач), ресурсы, временные па-

раметры проекта и его работ (задач), а также позволяет редактировать иерархическую структуру проекта (рис. 6.1). Правая часть представления позволяет видеть графическое отображение работ и задач проекта и связей между ними во времени.

Диаграмма Ганта с ресурсами, назначенными конкретной работе, отражает план проекта, что может быть использовано для презентации нового проекта перед инвесторами и другими заинтересованными лицами.

Диаграмма Ганта, представленная на рис. 6.2, отражает ход выполнения проекта в настоящее время. Заказчик проекта может видеть, какие работы и в какой степени выполнены. В докладе, демонстрируя данный слайд, можно описать положение дел по проекту в целом, а затем остановиться на конкретных работах и задачах, обозначив трудности и результаты, имевшие место в ходе их выполнения.

**Сетевой график** представляет собой логическую структуру задач проекта в графической форме (рис. 6.3). Сетевой график отображает сетевую модель как множество вершин (представленных как прямоугольники – **работы**, параллелограммы – **задачи**, шестигранники – **вехи**), связанных **линиями**, отображающими взаимосвязи между вершинами. Выполненные работы и задачи перечеркнуты; работы, лежащие на критическом пути, закрашены красным цветом. Данное представление является удобным и наглядным при демонстрации хода выполнения проекта руководству. Здесь можно остановиться на работах и задачах, лежащих на критическом пути, описать риски, связанные с их выполнением.

**График ресурсов** в MS Project является еще одним наглядным представлением. На нем отображается информация по загрузке и превышению доступности ресурсов в графическом виде как на этапе планирования проекта, так и в ходе его выполнения (рис. 6.4).

**Табличные формы.** Представления, имеющие вид табличных форм в меньшей степени применимы для презентации, однако они бывают полезны например, для получения слушателями представления о запланированных, фактических и оставшихся затратах по проекту. Пример табличных форм MS Project показан на рис. 6.5.

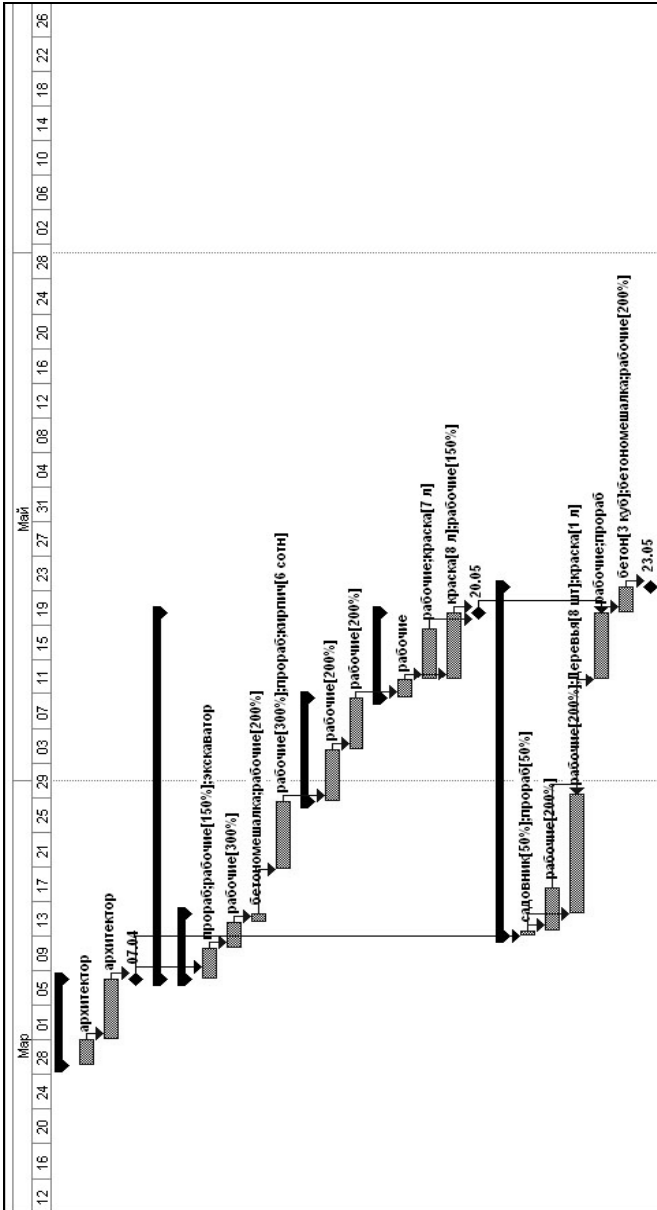


Рис. 6.1. Диаграмма Ганта

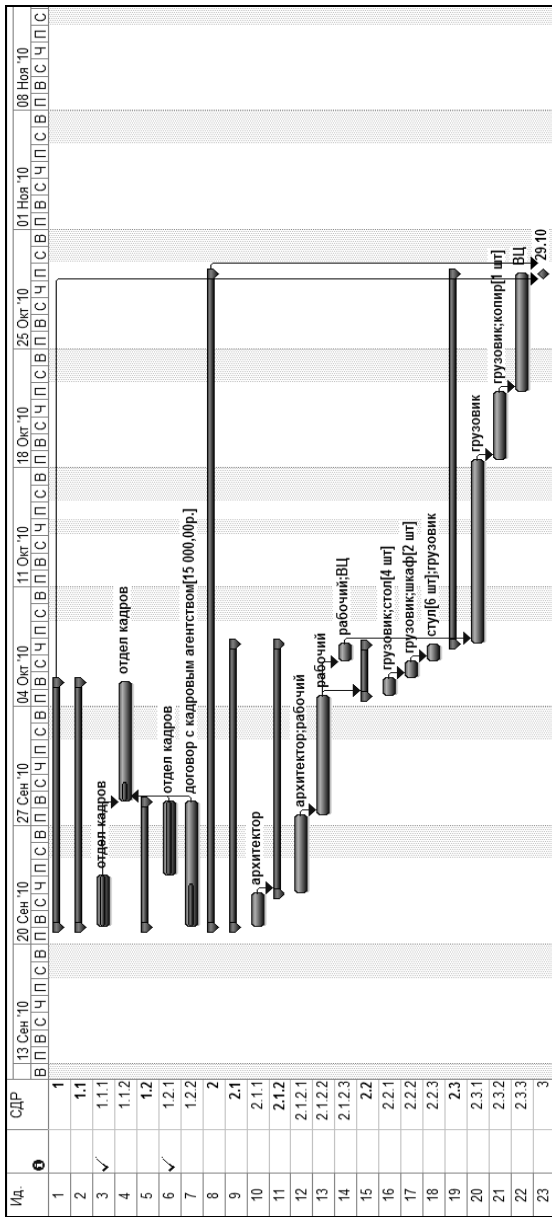


Рис. 6.2. Диаграмма Ганта отражающая ход выполнения проекта

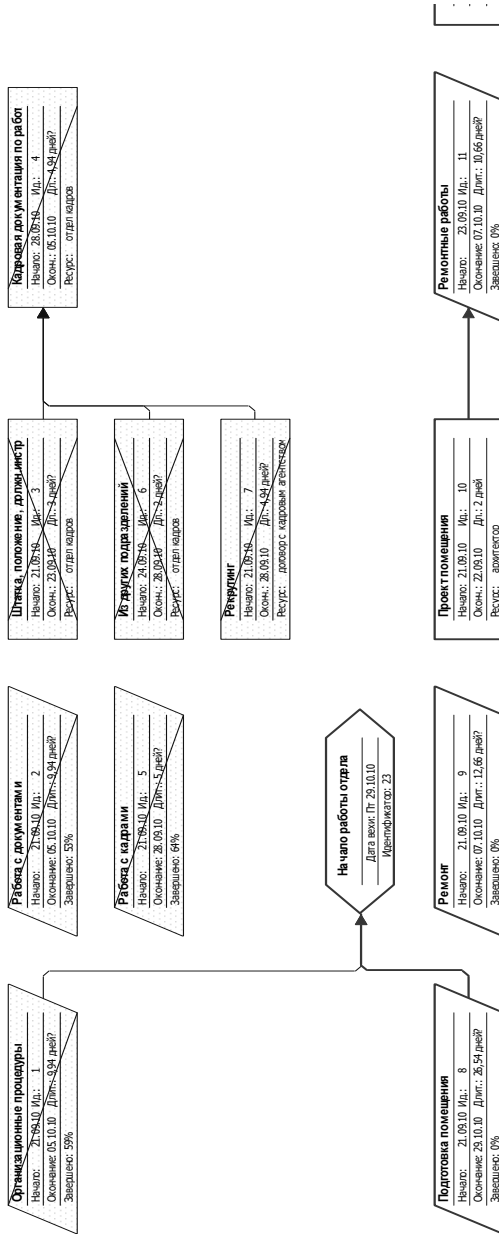


Рис. 6.3. Сетевой график

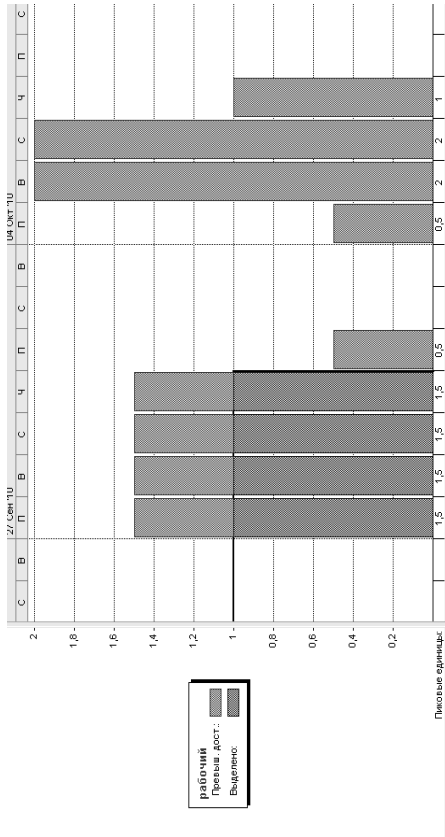


Рис. 6.4. График ресурсов

Название задачи	Фиксированные затраты	Начисление фикс. затрат	Общие затраты	Базовые	Отклонение	Фактические	Оставшиеся
1 <input type="checkbox"/> Организационные процедуры	0,00р.	пропорциональное	15 000,00р.	15 000,00р.	0,00р.	9 889,29р.	5 110,72р.
2 <input type="checkbox"/> Работа с документами	0,00р.	пропорциональное	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.
3 Штатка, положение, дол	0,00р.	Пропорциональное	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.
4 Кадровая документация	0,00р.	Пропорциональное	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.
5 <input type="checkbox"/> Работа с кадрами	0,00р.	пропорциональное	15 000,00р.	15 000,00р.	0,00р.	9 889,29р.	5 110,72р.
6 Из других подразделени	0,00р.	Пропорциональное	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.	0,00р.
7 Рекрутинг	0,00р.	Пропорциональное	15 000,00р.	15 000,00р.	0,00р.	9 889,29р.	5 110,72р.
8 <input type="checkbox"/> Подготовка помещения	0,00р.	пропорциональное	429 758,00р.	429 758,00р.	4 000,00р.	0,00р.	129 758,00р.
9 <input type="checkbox"/> Ремонт	0,00р.	пропорциональное	28 478,00р.	24 478,00р.	4 000,00р.	0,00р.	28 478,00р.
10 Проект помещения	0,00р.	Пропорциональное	12 000,00р.	8 000,00р.	4 000,00р.	0,00р.	12 000,00р.

Рис. 6.5. Пример табличных форм MS Project

### 6.3. Работа в среде MS Project

**Подготовка наглядных отчетов.** Для подготовки наглядных отчетов в MS Project выберите опции меню **Отчет – Наглядные отчеты** (рис. 6.6).

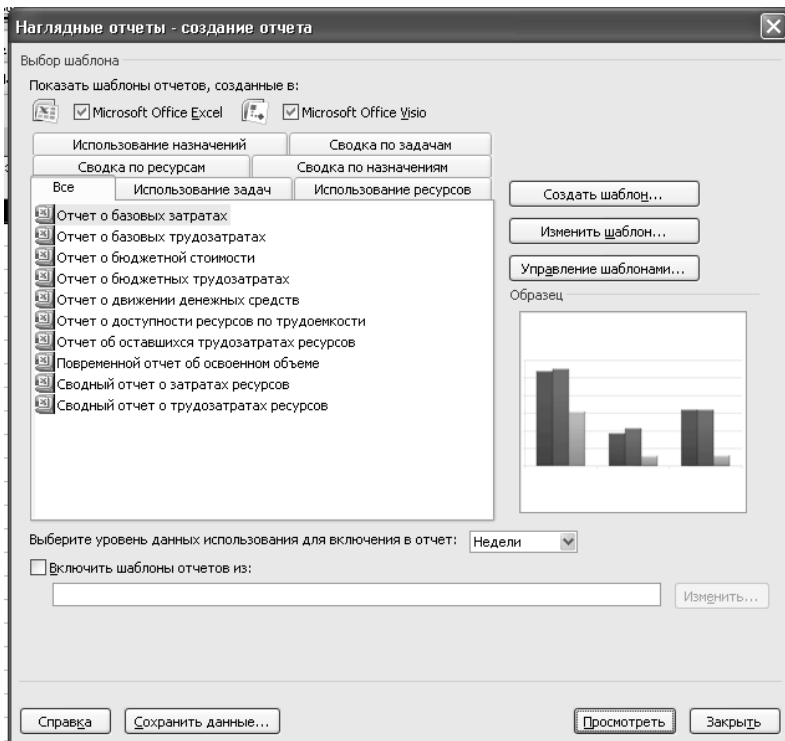



Рис. 6.6. Окно интерфейса **Наглядные отчеты**

Выбрав конкретный шаблон отчета, можно получить соответствующий график для проекта (рис. 6.7). Он выдается в виде диаграммы **Excel**, может быть скопирован с помощью иконки **Копировать** и вставлен в презентацию Power Point – ярлычок **Вставка**, иконка **Вставить**.

**Перенесение представлений проекта, из среды MS Project в электронную презентацию.** Любое представления может быть сохранено средствами **MS Project** в виде графического файла и в



дальнейшем использовано в презентации. Можно скопировать вид экрана в буфер или графический файл пользуясь опциями меню

**Отчет – Копировать рисунок** (рис. 6.8) или иконкой  панели Стандартная.

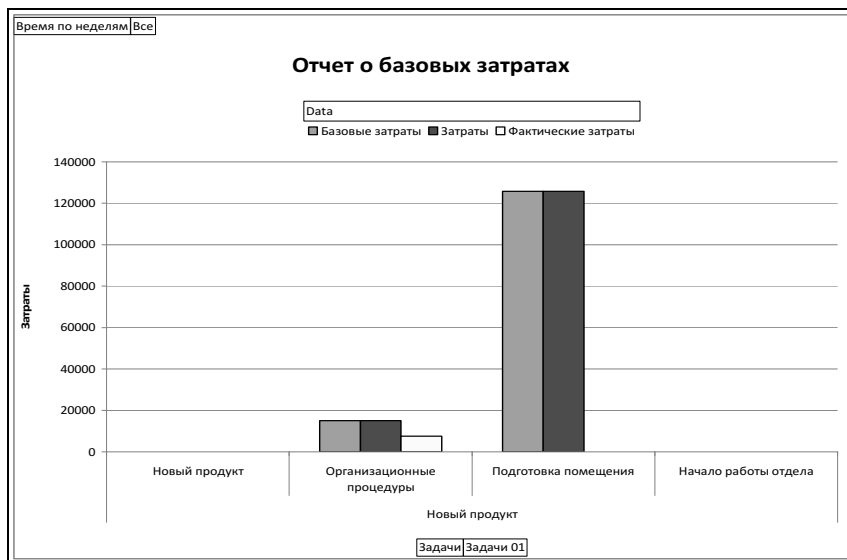


Рис. 6.7. Наглядный отчет о базовых затратах

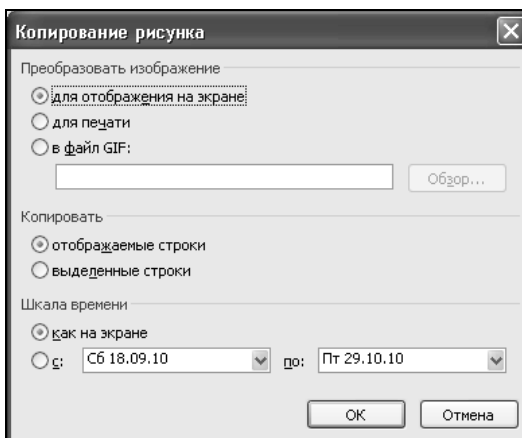


Рис. 6.8. Окно интерфейса Копирование рисунка

**Копирование для отображения** на экране позволит использовать скопированный рисунок в презентации (**Power Point** – ярлычок **Вставка**, иконка **Вставить**).

При копировании вида экрана в файл **Gif** необходимо указать место сохранения файла на Вашем компьютере и затем использовать **Power Point** – ярлычок **Вставка**, иконка **Рисунок из файла** для внесения данного рисунка в презентацию.

---

### **Контрольные вопросы к главе 6**

1. Какие из представлений MS Project следует включить в презентацию дипломного проекта (УИР)? Обоснуйте свой выбор.
2. Назовите основные возможности графических и табличных представлений MS Project.
3. Назовите основные назначения диаграммы Ганта.
4. Перечислите особенности представления информации диаграммой Ганта и сетевой моделью.

### **Контрольные задания к главе 6**

1. Потренируйтесь в создании слайдов с различными представлениями проекта, разработанного вами в MS Project.
2. Опишите порядок действий при подготовке наглядных отчетов.
3. Опишите основные действия при подготовке презентации в Power Point 2010.

## Список литературы

1. Буковецкая О.А. Создание презентаций на ПК. М.: НТ Пресс, 2008.
2. Вадим В.Р. Как организовать и представить исследовательский проект: 79 простых правил. М.: Высшая школа экономики, 2011.
3. Дженнифер Ротондо, Майк Ротондо Презентация бизнес-проектов. Краткое руководство для менеджера. - М. : Альпина Паблицер, 2005.
4. Джерри Вайссман Мастерство презентаций. - М. : Вершина, 2004.
5. Джин Желязны Бизнес-презентация: Руководство по подготовке и проведению. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2012.
6. Желязны Д. Говори на языке диаграмм: Пособие по визуальным коммуникациям для руководителей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.
7. Лоу Д. PowerPoint 2010 для чайников. М.: Вильямс, 2011.
8. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3 томах. М.: Харвест, 2006.
9. Нельке К. Проведение презентаций. М.: Омега-Л, 2007.
10. Леонов В. PowerPoint 2010 с нуля. М.: Эксмо, 2010.
11. Шметткамп М. Искусство презентации. М.: Дело и Сервис, 2005.
12. Мэндел С. Навыки эффективной презентации. СПб.: Нева, 2008.
13. Бендер П. У. Секреты успешных презентаций. Практическое руководство. Минск.: Попурри, 2005.
14. Гандапас Р. Презентационный конструктор. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009.
15. Ребрик С. Презентация: 10 уроков. М.: Эксмо, 2006.
16. Сэмпсон Э. Бизнес-презентация. Творческие идеи для блестящего выступления. М.: Альпина Паблицер, 2006.
17. Уроки риторики и ораторского мастерства (Университет риторики ораторского мастерства) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.orator.biz/online/subscribe/>
18. PowerPoint 2010 Свободное обучение [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://master-samouchitel.ru/powerpoint-2010-svobodnoe-obuchenie/>

Николай Иванович Ищенко,  
Галина Геннадьевна Рехина

ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК СРЕДСТВО  
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

Редактор *Е.Н. Кочубей*

Подписано в печать 15.11.2013. Формат 60x84 1/16.  
Уч.-изд. л. 4,0. Печ. л. 3,75. Тираж 100 экз.  
Изд. № 1/22. Заказ № 23.

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ».  
115409, Москва, Каширское ш., 31

ООО «Полиграфический комплекс «Курчатовский».  
144000, Московская область, г. Электросталь, ул. Красная, д. 42