# Image_0

Утверждаю

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заместитель генерального директора Совцов Л.А.

# Программа «Подготовка и защита заявки на программу «У.М.Н.И.К.» Фонда Содействия развитию МФП в НТС»

## 

Данная программа ориентирована на подготовку молодых ученых, студентов и аспирантов ВУЗов для участия в указанной программе на соискание гранта на проведение НИОКР. Отличительная особенность программы – отсутствие предварительной заочной экспертизы проектов: все решается по результатам выступления на жюри. Отсюда ориентация не только на подготовку содержательной части выступления, но и на подготовку презентации инновационного проекта и выступления. Программа включает следующие разделы:

1. Основная информация о Фонде Содействия МФП в НТС и о программе «У.М.Н.И.К.».
2. Содержательная часть выступления на программу: основные разделы презентации инновационного проекта.
3. Создание медиа-презентации инновационного проекта.
4. Подготовка к выступлению на программе.

# Раздел 1. О Фонде Содействия развитию МФП в НТС и о программе «У.М.Н.И.К.»

1. **Общая информация**

Организатором программы «УМНИК» (аббревиатура расшифровывается как «Участник молодежного научно-исследовательского конкурса») является Фонд содействия развитию малых форм предприятия в научно-технической сфере (далее - Фонд). По организационно-правовой форме Фонд является федеральным государственным бюджетным учреждением, т.е. государственной некоммерческой организацией. Учредителем Фонда является Российская Федерация, а полномочия от имени учредителя исполняет Правительство РФ.

Основными целями деятельности, как определяет их сам Фонд, является содействие реализации государственной научно-технической политики и вовлечению достижений науки и техники в производство для развития высокотехнологических компаний, созданию новых рабочих мест для эффективного использования, имеющегося в Российской Федерации научно-технического потенциала.

Основными задачами Фонда являются:

- оказание прямой финансовой помощи малым инновационным предприятиям, реализующим высокотехнологичные инновационные проекты на основе принадлежащей этим предприятиям интеллектуальной собственности;

- подготовка кадров (в том числе вовлечение молодежи в инновационную деятельность);

- создание и развитие инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства.

Источником финансирования со стороны Фонда являются субсидии, получаемые из федерального бюджета.

Для достижения данных целей кроме программы «УМНИК» Фонд проводит ряд других программ, среди которых наиболее интересная программа для тех, кто завершил программу «УМНИК» - программа «Старт». Цель программы – поддержка предприятий, реализующих инновационные проекты на ранних стадиях развития. Подробнее с данной и другими программами можно ознакомиться на сайте Фонда.

1. **Общие положения**

Программа «УМНИК», о которой мы будем говорить, предназначена для непосредственной финансовой поддержки студентов, аспирантов и молодых ученых, занимающихся исследованиями и разработками в инновационной сфере. Таким образом, участниками и победителями в «УМНИКе» являются физические лица. Фонд финансирует реализацию проектов, направленных исключительно на проведение исследований в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР). Программа рассчитана на 2 года. При переходе на второй год как такового конкурсного отбора не предусмотрено, решение принимается Экспертным Советом Фонда по результатам работы победителя программы в течение первого года при условии выполнения всех требований программы.

1. **Финансовые вопросы**

Как уже было сказано, программа «УМНИК» двухлетняя. Объем финансирования – 200 тыс. в год, т.е. общая сумма финансирования – 400 тыс. Следует обратить внимание, что Фондом оплачиваются затраты только на заработную плату исполнителя заявленных НИОКР.

1. **Зачем этим заниматься**

Победитель программы «УМНИК» получает возможность не просто заниматься разработкой своего инновационного проекта, например, на кафедре ВУЗа, в котором проходит обучение или работает, а еще и получать при этом дополнительный доход - заработную плату, в максимальном размере – 14,5 тыс. руб. в месяц. Кроме того, данный грант позволяет снять риски, присущие инновационному проекту на ранней стадии развития, тормозящие его развитие и снижающие интерес частного инвестора к проекту. Данное обстоятельство позволяет говорить о возможности создании в дальнейшем собственного бизнеса и коммерческой реализации проекта, разрабатываемого «УМНИКом».

1. **Действия участника**

Для того чтобы понимать, какие действия необходимо предпринять участнику, надо понимать, в каком порядке реализуется программа.

Программа состоит из следующих этапов:

* Аккредитация итоговых мероприятий (Программа «УМНИК» может происходить только в рамках аккредитованных мероприятий (к примеру, научно-практической конференции). Аккредитация осуществляется по инициативе научного/учебного учреждения, такая возможность есть два раза в год.)
* Определение победителей (Непосредственно представление проектов в очном порядке, после которого Экспертный совет под председательством представителя Фонда по утвержденным критериям выбирает победителей программы, согласно выделенной Фондом квоте.)

Для победителей Конкурсного отбора:

* Прием победителей на предприятие, с которым Фонд заключает Госконтракт.
* Заключение Государственного контракта.
* Выполнение условий Государственного контракта.

Для того чтобы участвовать в программе, соискателю необходимо подготовить инновационный проект и его медиа-презентацию и выступить перед жюри Конкурса.

1. **Направления поддержки**

На данном слайде представлены научно-технические направления, по которым предпочтительнее представлять инновационные проекты. Формально при подаче заявки на конкурс, от участника указания направления не требуется. Однако хочу отметить, что знание данной классификации может позволить соискателю правильным образом позиционировать свой инновационный проект и тем самым не только избежать возможных вопросов о «неформатности» проекта, но и получить «дополнительные очки». Кроме того, в случае дальнейшего участия проекта в программе «Старт», будет обеспечена определенная тематическая преемственность.

1. **Условия участия**

Участниками Конкурса может стать любой гражданин РФ в возрасте от 18 до 28 лет. Данное условие продиктовано форматом программы – поддержка молодых ученых. Второе условие – наличие собственного инновационного проекта. Идеальная ситуация, когда соискатель должен быть автором разработки, лежащей в основе инновационного проекта. Если вся ваша заявка будет носить исключительно научный характер, то возможно, с ней лучше выступать на научной конференции, а шансы на программе «УМНИК» резко упадут.

1. **Требования к выступлению**

Таким образом, ваш проект должен соответствовать следующим требованиям:

* 1. Наличие научной новизны (суть работы Фонда – поддержка высокотехнологичных инновационных проектов).
  2. Наличие объекта интеллектуальной собственности (объект НИОКР должен быть патентоспособен)
  3. Востребованность результатов НИОКР рынком (проект должен иметь спрос)
  4. Реальность коммерческой реализации в течение 4-5 лет (рынок должен быть готов принять продукт данного проекта, а существующие на данный момент возможности техники и технологий в состоянии реализовать как производство, так и использование продукта проекта)

Три последних требования выставляются для оценки перспективности и реализуемости проекта.

Также отдельные требования предъявляются к соискателю: так, в характере, его приветствуются лидерские качества, ведь он – будущий руководитель бизнеса, в основе которого будет лежать представляемый инновационный проект.

1. **Схема работы**

выполнение государственного контракта заключается в проведении научно-исследовательских работ в соответствии с Календарным планом и Техническим заданием.

Результатом каждого этапа календарного плана является научно-технический и финансовый отчеты, направляемые в Фонд.

Итогом выполнения государственного контракта является заключительный научно-технический и финансовый отчеты, а также заключение экспертного совета ВУЗа о выполнении технического задания.

Следует отметить, что, несмотря на то, что победителями программы являются физические лица, государственный контракт заключается с юридическим лицом, которое должно иметь статус субъекта малого предпринимательства в соответствии с Федеральным законом № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. Данное предприятие должно иметь в составе ОКВЭД код деятельности 73.10 – «Научные исследования и разработки в области естественных и технических наук».

Отобранные победители программы для реализации своего проекта заключают трудовые соглашения с данным предприятием, которое будет осуществлять организационное и финансовое сопровождение проектов.

Предприятие, выполняющее государственный контракт по программе «УМНИК», получает финансирование от Фонда в размере не более 10% от годового финансирования победителя программы. Данное финансирование не входит в объем 400 тыс., которые даются «УМНИКу» на проведение НИОКР. С 2012 г. предприятие, претендующее на право сопровождения «УМНИКа», должно пройти специальный конкурсный отбор.

1. **Критерии оценки**

Знание критериев отбора является очень важной составляющей объективной самооценки вашего выступления при подготовке презентации на Конкурсе. Хочу отметить, что не только от наличия, но и от полноты отражения необходимой информации может зависеть ваша победа. Каждый критерий оценивается от 0 до 10 баллов. Критериев семь, то есть максимальное количество баллов составляет 70. Если участником не предоставлена информация для оценки его проекта по определенному критерию, то по нему проект оценивается в 0 баллов. Критерии оценки учтены в структуре презентации инновационного проекта, которая будет подробно рассмотрена в следующем разделе. Сами критерии целесообразно рассмотреть после того как станет ясна структура заявки и ее наполнение.

**Раздел 2. Структура проекта, представляемого на программу. Основные разделы презентации инновационного проекта**

**Содержание**

На данном слайде представлена рекомендуемая структура инновационного проекта, представляемого на Конкурсном отборе. Структура определена исходя из требований Фонда, критериев оценки, а также формата программы. Регламент выступления – 10 минут. Задача выступающего – за это короткое время сообщить основное содержание своей научной работы, осветить ее коммерческую перспективность и продемонстрировать собственную целеустремленность и деловые качества. Оценка проекта проводится в очном порядке, прямо в ходе Конкурсного отбора.

Далее подробно разберем содержание каждого из представленных пунктов.

**Титульный слайд**

Согласно формату программы данный слайд должен содержать следующую информацию:

- Название проекта;

- Наименование учреждения, которое вы представляете;

- ваши ФИО и статус: если вы студент или аспирант - курс, кафедра; если вы преподаватель и/или научный сотрудник - ученая степень, звание, кафедра; как вариант – должность, которую вы занимаете в организации, если это не ВУЗ. По желанию можно указать ваши контакты. Напоминаю, соискатель гранта – физическое лицо - должен являться автором проекта, или, по крайней мере, принимать непосредственное участие в разработке представляемого инновационного проекта.

- весьма уместно в данной ситуации представление своего научного руководителя, под чутким руководством которого вы выполняете данную работу. Это является не только хорошим тоном, но зачастую имя руководителя может благоприятно повлиять на отношение аудитории к данному проекту.

Отдельное хочу заострить внимание на формулировке названия проекта. Название проекта – это всегда краеугольный камень «имиджа» инновационного проекта. С одной стороны, никто не оценивает название проекта, с другой стороны адекватное название проекта всегда производит хорошее первое впечатление. Здесь нет каких-либо определенных рецептов: просто разумное сочетание академичности и лаконизма.

Для того чтобы лучше понять выше сказанное, рассмотрим несколько примеров.

**Примеры отрицательные**

Выбрав одну из первых двух версий, представленных на слайде, которые, кстати, очень полно отражают суть проекта, вам придется потратить как минимум две минуты только на чтение этого названия, о том, чтобы запомнить такую фразу не может быть и речи. Две другие крайности могут заставить членов жюри усомнится в вашей адекватности и серьезности ваших намерений.

**Пример примеры положительные**

Постарайтесь не запутать жюри названием проекта. У жюри и так всего 10 минут на то, чтобы понять ваш проект. Подбирайте однозначные формулировки.

**Актуальность идеи и научная новизна**

Для доказательства актуальности лучше всего показать, на решение какой проблемы направлена идея, (и решение этой проблемы – актуально) что в итоге должно получиться, кто будет потребителем того, что получится. Обратите внимание, что первый слайд не о науке, а о том, на что направлены результаты работы. Идея, сформулированная в проекте, должна быть актуальной, т.е. нужной потребителям и имеющей возможность быстрой коммерциализации (продаваемости).

О новизне. Предлагаемая идея должна быть новой, впервые сформулированной именно самим участником программы. В тексте выступления нужно кратко отразить суть научных исследований или иных источников, в результате изучения которых она возникла, а также условия, необходимые для реализации данной продукции идеи в виде конечной продукции или технологии.

Идея, сформулированная в проекте, должна быть технически значимой, т.е. должна оказывать решающее влияние на современную технику и технологии.

Ключом к этому разделу является ориентация Фонда на разработки ближайших 2-3 лет, причем наукоемкого характера. Заявители часто не обращают внимания на это требование и предлагают для реализации научные результаты десятилетней (и более) давности, что не запрещено, но эксперты и конкурсная комиссия Программы при определении рейтинга заявки предпочтение отдают результатам, полученным в течение последних нескольких лет.

Здесь целесообразно указать, научно-техническая идея используется впервые или уже рассматривалась в России либо за рубежом? Если идея реализована, но не в России, какова цель НИОКР при реализации идеи в российских условиях? Если не нова (известна ранее) идея, что является объектом новизны (возможно, путь реализации идеи).

**Цель и задачи**

«Для человека, который не знает, к какой гавани он направляется, ни один ветер не будет попутным» - Сенека.

В случае с подготовкой презентации инновационного проекта, речь идет о постановке цели разрабатываемого инновационного проекта и задачах, которые необходимо решить для достижения поставленной цели. Обращаю ваше внимание, что от формирования цели и задач напрямую зависит дальнейшее восприятие вашего проекта аудиторией.

Цель проекта – это в общем смысле, то, что будет получено в результате работы через два года. По тому, какую цель преследует соискатель, судят о соответствии проекта формату программы, а по тому, какие задачи он ставит, жюри может судить, адекватен ли путь достижения цели и целесообразно ли на все это выделять средства.

**Техническое решение задачи**

На одном (максимум двух) слайдах надо показать, каким образом будет реализована идея с технической точки зрения.

Формируя данный раздел, следует учитывать следующие аспекты:

1. Излагайте раздел, не вульгаризируя его, но и не перегружая узкоспециальными описаниями, формулами, графическим материалом.
2. Никаких подробностей, иначе выступление превратится в презентацию научной идеи, а не проекта.

В самом общем виде, информация раздела отвечает на три вопроса: как это выглядит, из чего сделано, как действует.

В выступлении этот раздел должен занимать не более 2 минут.

**Этапы превращения идеи в продукт**

Здесь надо дать информацию о том, какой путь необходимо пройти, чтобы создать готовый продукт для потребителя. В некотором приближении, это жизненный цикл продукта. Промежуточные опорные точки на этом пути – окончание выполнения НИОКР, подтверждение заявленного эффекта, создание и испытание экспериментального образца, создание опытного образца, организация и освоение производства, производство пилотной партии продукции, сертификация, мероприятия по выходу на рынок и организации продаж, расширение производства.

При создании данного раздела следует обратить внимание на специфику разрабатываемого проекта и ситуацию в отрасли в целом. Это может быть полезно с точки зрения наличия каких-либо особенностей реализации, которые необходимо учитывать при разработке и продвижении проекта.

**Текущее состояние проекта**

Данный слайд необходим для того, чтобы показать жюри ваше понимание проекта. Раскрывать содержание данного слайда рекомендую по следующим вопросам. Каждый из них включен в критерии оценки проекта.

- Имеющийся задел по проекту. Ответ на этот вопрос является логическим продолжением разговора о жизненном цикле, описанном вами на предыдущем слайде. В этом разрезе уместно показать, на какой стадии развития находится ваш проект в данный момент. Ясно, что речь идет о проведении НИОКР, целесообразно указать, что конкретно сделано на данный момент. Например, сформулирована научная идея проекта, создана математическая модель или проведены первичные лабораторные исследования.

- Интеллектуальная собственность. Если по вашему проекту уже имеется интеллектуальная собственность, отметьте это, не забывая о том, что выгодно показывать только ту ИС, правообладателем которой является либо соискатель гранта, либо его ВУЗ, и существует договоренность о ее передаче в организацию, которая будет создана для реализации данного инновационного проекта. Если ИС в данный момент отсутствует, необходимо пояснить каковы ваши будущие планы по ее защите.

- Заинтересованность со стороны поставщиков/потребителей/партнеров. Следует обозначить взаимосвязи с компаниями – вашими поставщиками (хоть бы и будущими) и потенциальными потребителями или организациями – партнерами (если таковые имеются), заинтересованными в реализации предлагаемого проекта.

- Наличие материальной базы. В докладе должно быть обозначено наличие практической базы для реализации проекта (научной, экспериментальной и/или производственной).

- Дальнейшие планы. В данном вопросе будет выгодно показать, каковы дальнейшие планы по развитию разрабатываемого вами инновационного проекта: планируется ли создание предприятия для реализации проекта; будет ли подана заявка на программу «Старт» по завершении «УМНИКа» и т.п.

**План проведения НИОКР**

Здесь говориться только о программе «УМНИК», то есть о двух годах реализации этой программы. Цель этого этапа – проведение НИОКР. Промежуточные результаты первого года описываются подробно - по кварталам, так как именно поквартально производится отчет по выполненной работе. На слайд не нужно выносить слишком подробной информации, должны быть отражены основные этапы выполнения работ и расходования средств Фонда на выполнение НИОКР – настолько, чтобы жюри могло судить о содержании и последовательности ваших действий. Стоимость каждого этапа зафиксирована – 50 тыс. руб. Результаты второго года можно дать укрупнено одной строкой со стоимостью 200 тыс. руб. Обращаю ваше внимание, что средства, полученные «УМНИКом» по гранту, расходуются только на заработную плату. Исходя из этого ограничения, формулировки работ по календарному плану должны соответствовать именно такому виду расходов.

**Перспектива коммерциализации**

Под перспективой коммерциализации в общем плане следует понимать возможность выведения продукта на рынок. Однако проекты, принимаемые для участия в Конкурсе, находятся на ранней стадии развития: в некоторых проектах есть только идея, требующая подтверждения заявленного эффекта. Заявителю точно не известен облик изделия, нет возможности определить конкретное направление реализации продукта проекта. Поэтому о конкретной экономике говорить на этой стадии рано. В то же время желательно привести информацию, показывающую, что проект принесет прибыль с указанием источника, как именно он ее может принести. Это будет являться доказательством того, что в Фонд вы обратились по адресу.

Здесь нет единого рецепта, как именно следует готовить этот раздел. В каждом проекте есть своя особенность – «изюминка», характеризующая перспективы коммерциализации. На слайде приведен список вопросов, которые вы можете по желанию осветить в данном разделе. Список не является исчерпывающим, отражает наиболее часто задаваемые вопросы на защите проектов.

**Риски проекта**

Поскольку научно-исследовательские работы предполагают, что результат может быть и отрицательным, от вас ждут объективной оценки – где наиболее вероятно может не получиться, и что вы намерены делать, чтоб этот риск уменьшить. Например, результаты промежуточных испытаний не будут соответствовать тому, что вы хотите.

Наибольшая проблема при написании данного раздела заявки – недооценка рисков в принципе – настолько актуальна, что до позапрошлого года в описании Проекта на сайте Фонда присутствовала фраза: «Нет рисков – нет участия в программе».

В действительности, проблема заключается не столько в выявлении рисков, сколько в их прогнозировании и особенно оценке. В реальности риск-менеджмент задействует десятки методик; существует ряд классификаций рисков – для неспециалистов и в условиях неопределенности результата выдать полномасштабный прогноз затруднительно. Эксперты понимают это не хуже. Поэтому первая рекомендация – не пытайтесь «порадовать» Фонд красивыми численными оценками до десятых долей по продвинутым методикам.

На практике гораздо более реален следующий путь. Есть ряд рисков, типичных для данной стадии проекта. Наложите их матрицу на информацию своего проекта – вполне вероятно, что у вас появятся, минимум, направления поиска. Проработав их, возможно вычислить «узкое место».

Это, конечно, не прием, но специалистам проекта, как правило, известны объективные сложности технической, а то и технологической стороны проекта. Таким образом, еще ряд рисков могут быть выявлен, исходя из технических предпосылок.

Наконец, проанализируйте стандартные риски. Венчурное финансирование, поставки импортных компонентов и т.п. – это настолько проработанные области, что наверняка какие-то аспекты имеют отношение к вашему проекту.

Более существенна необходимость продумать меры по снижению рисков. Надо отдавать себе отчет, что надежность проекта в глазах Фонда складывается не столько из умения выявлять риски, сколько из возможности их минимизировать.

В оценке рисков тоже есть резерв – риски оцениваются по вероятности их наступления и по тяжести последствий. Второе оценить легче.

Правильно подайте материал раздела. Излишняя драматизация ситуации вредна не менее, чем дутый оптимизм.

**Команда проекта**

Если у вас уже есть единомышленники по теме, способные в будущем составить вместе с вами ядро команды проекта – сообщите об этом, указав роль каждого. Именно роль участника проекта дает впечатление, что проект обеспечен человеческими ресурсами и для решения каждого типа задач есть специалист нужного профиля. Особенно хорошо в данном случае будет выглядеть демонстрация наличия у вас научного руководителя. Это связано с тем, что не всегда сравнительно молодой человек в состоянии поднять всю научно-исследовательскую работу в одиночку. И наличие научного руководителя только подкрепляет его шансы на успех.

Если у вас нет сформированной команды, и вы работаете один – продумайте заранее и укажите, какие специалисты понадобятся в будущем. В программе «УМНИК» вы можете быть одни, но понимать, кто вам понадобится в дальнейшем – признак хорошего тона и понимания ситуации в целом.

**«Спасибо за внимание»**

Поставьте последнимслайд, на котором будет написано «Спасибо за внимание!» и повторены название вашего проекта, ваше имя и данные. Слайд будет однозначно информировать об окончании вашей презентации, а во время ответов на вопросы будет находиться на экране, давая тем самым возможность заинтересованным лицам записать ваши контакты и связаться с вами. Предоставление контактной информации – стиль делового человека, а «Спасибо за внимание», в конце концов, просто вежливость.

**Критерии отбора**

Теперь, когда раскрыта структура презентации и ее наполнение, время поговорить о сути критериев отбора, по которым жюри будет оценивать ваше выступление. Критерии эти выглядят следующим образом:

1. Научная новизна

вы можете получить по данному критерию 10 баллов, если ваша идея является абсолютно новой. Но вы также можете получить и 0 баллов, если из вашего выступления невозможно понять, в чем заключается новизна проекта. Оценка критерия в диапазоне от 1 до 9 баллов зависит степени новизны представляемого проекта.

1. Актуальность идеи
2. Техническая значимость

Для объективной оценки этого критерия необходимо наличие в выступление описания технической сути проекта.

1. План реализации

Оценка по данному критерию зависит от степени детализации вашего плана реализации идеи в конечный продукт.

1. Перспектива коммерциализации результата НИОКР

При оценке критерия учитывается проработка вопросов, связанных с возможностью выведения проекта на рынок, и наличие и адекватность приведения рисков проекта и мер по их минимизации.

1. Оценка своих возможностей

Для получения наиболее высоких баллов по критерию необходимо освещение раздела «Текущее состояние проекта» по всем имеющимся вопросам.

1. Увлеченность идеей

Как говорилось ранее, ваше выступление оценивается не только по содержанию и качеству подготовки инновационного проекта, который вы представляете, но и по тому, как вы это делаете. В критерии «Увлеченность идеей» учитывается личность выступающего и качество представления проекта.

**Раздел 3. Создание медиа-презентации**

**Профильные программные продукты**

Для создания презентаций существует ряд программных продуктов, являющихся приложениями соответствующих комплексов - Office - разработок ведущих мировых производителей ПО для создания и представления комплексных документов.  
Программы создания презентаций по принципам работы с ними находятся где-то посередине между текстовыми редакторами (Word, LyX и т. д.) и редакторами векторной графики (CorelDraw, xfig и т. д.). С помощью редактора презентаций можно создавать презентации различных типов: на экране, на слайдах (цветных и черно-белых) и на бумаге.

В данном случае речь пойдет по умолчанию о медиапрезентациях в формате MS Power Point.

Почему именно эта программа, а не иные, возможно и лучшие, программные продукты?

Не входя в полемику о достоинствах различных программных продуктов как таковых, можно, однако, отметить следующую тенденцию.

Если презентация делается для большого форматного мероприятия, с нужной долей пафоса, за несколько месяцев, то вполне естественно за соответствующую цену заказать профильной фирме одноразовую презентацию с разработкой фирменного стиля, кастингом дикторов и т.п.

Если подойти с точки зрения адекватности технических средств задачам, возникающим в принципе при презентациях инновационных проектов, картина серьезно изменится. Эффектный видеоряд, со вкусом подобранное музыкальное сопровождение, отличная графика и креативный дизайн уже не покажутся неоспоримыми преимуществами перед гибкостью, мобильностью и технологичностью, демонстрацией довольно большого объема суховатой технической, экономической, патентной текстовой информации, распространенностью ПО, позволяющей в 8 случаях из 10 провести презентацию не согласовывая технической подготовки.

Конечно, можно все сделать в профессиональных пакетах. Особенно если презентация одноразовая, а цена вопроса очень велика. Но рабочие презентации, которые делаются по многу раз подряд – они всегда живые. Они меняются.

**Базовые принципы презентации**

Число 7±2 было открыто в 1956 году американским учёным-психологом Джорджем Миллером. Именно столько элементов может удержать в кратковременной памяти средний человек. Если элементов больше, то необходимо дополнительное структурирование, например, объединение элементов в группы.

При создании презентаций принцип 7±2 используется на всех этапах.

7±2 — максимальное количество разделов презентации. Если их больше, то группируем их и добавляем подразделы. Не больше 7±2!

В каждом разделе или подразделе не должно быть больше 7±2 слайдов. Если больше, то усиливаем визуализацию структуры (иллюстрации, шкалы времени, схемы и т. д.).

Текст на слайдах, чаще всего, представляют в виде списков. Конечно, мы стараемся выглядеть как можно «умнее», и приводим столько пунктов, сколько сможем придумать. Однако, если их больше 7±2, то их никто не запомнит. Чем больше, тем хуже.

Количество слов в строке, столбцов и строк в таблице, секторов в круговой диаграмме, линий в графике: везде используйте принцип 7±2.

Причем при публичных выступлениях рекомендую придерживаться числа 5 (=7-2). Т. к. аудитория не имеет возможности вернуться к предыдущим слайдам и освежить в памяти информацию. Что не запомнится сразу, не запомнится уже никогда.

При создании презентаций для просмотра на ПК или для распечатки, теоретически, можно допустить число 9 (=7+2). Если человек что-то не запомнит, он может вернуться назад. Но сделает он это только в случае крайней заинтересованности. Поэтому оптимально не превышать числа 7.

**Аспекты дизайна. Визуализация**

Наличие у медиапрезентации одной лишь четкой структуры само по себе не гарантирует простоту ее восприятия аудиторией. Разработчику презентации, зачастую, кажется очевидной последовательность слайдов. Но аудитория почему-то ее не понимает!

Все дело в отсутствии визуализации структуры. Это разработчик знает презентацию наизусть, слайд за слайдом, т. к. он ее создавал, он полностью «в теме». А аудитория нет, она видит презентацию впервые. И не улавливает логическую последовательность, часть субструктуры, где мы сейчас находимся, сколько нам еще осталось до конца.

Такая проблема актуальна в принципе для публичных презентаций, когда аудитория не имеет возможности вернуться назад, чтобы попытаться «нащупать» логику. И тем более – для презентаций инновационных проектов, которые не столько длинны, сколько разноплановы – поэтому и единая логика презентации должна прослеживаться как можно более четко.

Именно эту задачу - упростить восприятие структуры и помогают некоторые описанные выше элементы слайдов (оглавления и заключения разделов и подразделов, графические блоки), а также следующие приемы:

* применение разделительных слайдов (как вариант – «заглушек»),
* предваряющие и обобщающие схемы,
* шкалы времени,
* визуализация текущего раздела и общего их количества на внутренних слайдах,
* цветовое кодирование и другие.

В результате общее количество слайдов может увеличиться на 15—35%. Но именно грамотная визуализация структуры позволит аудитории легко воспринять информацию, а докладчику, таким образом, выдержать темп. Поэтому, когда говориться об оптимальном размере презентаций данного рода максимум 25 слайдов, следует понимать это как число информационных слайдов. Если же воспользоваться штатными средствами индикации, предусмотренными программой создания презентации, ситуация приобретет техническую законченность.

**Аспекты дизайна. Общий дизайн**

Аспекты дизайна презентации приведены в технологической последовательности. Далее они в таком же порядке и рассматриваются.

Представлен, естественно, достаточно полный набор операций, характерный для создания полномасштабных профессиональных презентаций. В ряде случаев отработка общего дизайна значительно сокращается за счет применения модульных шаблонов, а главное - в силу адекватности ставящимся для данного мероприятия задачам.

**Аспекты дизайна. Общий дизайн**

При выборе фона (и при самостоятельном подборе, и при использовании готового шаблона) желательно учитывать следующие факторы:

1. Контрастность. Информация инновационных проектов по сути содержит довольно много текстовой информации и текст должен хорошо читаться на фоне. Надо отдавать себе отчет, что в презентации по мировой художественной культуре ещё можно переспросить, кто из импрессионистов фигурирует в надписи на слайде – Моне или Мане, но никакой дизайн не спасет презентацию, в которой не будет ясно читаться информация делового характера.

2. Интенсивность. Как бы ни был хорошо подобран фон со смысловой графикой, его «звучание» не должно быть сравнимо с основными элементами структуры слайда. Презентация в программе «УМНИК» рассчитана на привлечение внимания не столько девушек с курса выступающего, сколько экспертного совета. Тем не менее, это не обязывает ее быть блеклой, монотонной и унылой. Цвет, как и другие элементы, выполняет цель: привлечь внимание и оставить положительное впечатление. Однако, помимо хорошего вкуса, художественных закономерностей (например, сочетаемость цветов) и здравого смысла, выбор цветового решения диктуется следующими факторами:

- объективные особенности инновационного проекта;

- набор доступной информации. Не самый лучший выбор – между смыслом подобранных графических и мультимедийных блоков и их цветовой несочетаемостью с шаблоном презентации.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация**

Время и возможности для чтения текста со слайда у слушателя ограничены. Потому, если вы не ставите цель продемонстрировать наличие текста, а рассчитываете донести таким способом существенную информацию, необходимо придерживаться определенных параметров восприятия. Далее вы можете в очередной раз увидеть картину презентации, которую, вполне возможно, уже приходилось встречать в разных вариантах. Стоит ли пополнять ряды авторов подобных шедевров?

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация**

Это (Паскаля) универсальное замечание для оптимизации как текстов, так и графики.

Краткость – не всегда сестра таланта. Есть немало ситуаций, когда средства художественного изображения требуют употребления нескольких слов для изображения объекта или явления. Но все это не только требует грамотного использования (это подразумевается), но и подчиняется законам жанра. В нашем случае со всех точек зрения – формат выступления ли, существо дела, формат компьютерной программы – достоинством является лаконичность, емкость и однозначность.

Необходимость такого подхода очевидна, верхний предел его более-менее понятен, гораздо меньше понятен нижний предел. Броская краткость зачастую связана с ассоциативным, субъективным восприятием – а вот ассоциации у каждого свои. Поэтому на второй стороне этой монеты надпись «Ни больше, не меньше».

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Письменная речь в принципе отличается от речи устной, где такие обороты смотрятся (в официальном стиле), а речь в стилистике медиапрезентации отличается от письменной литературной речи. Поэтому в ситуации, когда за короткое время нужно однозначно донести много разноплановой информации предпочтительней язык, включающий короткие энергичные фразы, не допускающие двух толкований.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Плеоназмы отнюдь не бессмысленны, просто их осмысленное употребление преследует другие цели – создание литературной выразительности и, соответственно, это средство, типичное для иного стиля речи. Различают семантический (смысловой) плеоназм и синтаксический, употребление которого соответствует

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Использование термина привлекательно, кроме его естественных достоинств, дополнительным аспектом: демонстрацией профессионального подхода. Однако применение терминов в презентации требует взвешенного использования. Если наличие термина в разных областях знаний еще можно преодолеть контекстуальным сопоставлением, то незнание слушателем данного термина ведет как к недопониманию информации, так и к нарастающему раздражению. Слушатель – зачастую человек другой профессии - вполне может позволить себе не знать указанный термин. Это не делает этого человека, однако, менее значительным, а обращение к нему, как к потенциальному инвестору, менее востребованным.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Наиболее креативный способ количественной оптимизации текста. Следует иметь в виду, что замены такого рода требуют безусловной адекватности. Неточность может не только исказить замысел презентации, но и, будучи обнаружена слушателем, подорвать доверие к разработчикам, которые говорят не совсем то, что имеют в виду.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Очевидный прием, текстуальное оформление которого рассмотрим далее в вопросе об оптимальном написании списков.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Вполне типичные литературно-языковые приемы, вполне пригодные и для использования при разработке презентаций. В отличие от ряда предыдущих приемов может потребовать творческой переработки соответствующих мест текста.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Ключевым аспектом обеспечения грамотной структуры списков является единообразие объектов списка. Восприятие единообразного списка, как вариантов единого целого хорошо иллюстрируется приведенным выше вариантом выноса в «голову» списка общего слова из названия параметров (в примере была «масса»). Подобно тому, как все параметры в указанном примере очевидно относятся к одному устройству, все пункты списка по своей идее относятся к некоему общему объекту, пусть и абстрактному (к примеру, конкурентные преимущества). Поэтому их единообразие делает восприятие более органичным.

**Аспекты дизайна. Текстовая оптимизация. Приемы**

Нумерация списка, как, впрочем, и отсутствие таковой, является не только нюансом оформления, но и смысловым моментом. Зачастую последовательность информации списка настолько важна, что одного расположения пунктов списка недостаточно, необходимо акцентирование посредством номера. актуальна и обратная ситуация; кроме того, помимо отсутствия временной шкалы, отсутствие нумерации способно подчеркнуть равенство приоритетов среди приводимой информации. Субструктура также легче воспринимается при сочетании цифр и маркеров – путаницы не будет, т.к. оптимальным для медиапрезентаций является количество подуровней не более двух.

**Нужна ли графика?**

В данном случае речь идет о графических средствах подачи информации – графиках, диаграммах, схемах, поясняющих рисунках и т.п. Оптимальным в этом смысле можно считать результат, при котором информация передана лаконично, читаемо, наглядно, с учетом взаимосвязей и общего контекста презентации

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

В отличие от текста, здесь подход немного иной. Если текст оптимизируется по итерациям от большего к меньшему, то оптимизация инфографики изначально идет по двум основным направлениям:

- выбор графического средства для передачи той или иной информации (не смешивать с данными!);

- выбор оптимальной формы для выбранного графического средства.

Практика показывает, что выбор графического средства во многом зависит от характера информации и наличия данных. В первом вопросе определяющими являются

математическая суть параметров;

восприятие аудитории.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Вот объективные ограничения, диктующиеся чисто математическими соображениями.

Как можно легко заметить, функциональная и корелляционная зависимости предполагают двумерную систему координат, столбчатая диаграмма без труда строится с одной координатой, зато каждый столбец может включать несколько параметров, в том числе и в долевом соотношении (тут вопрос их внутреннего масштабирования). Ещё большие ограничения накладывает информация в интегральном исчислении, задание областей и т.п.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

К вопросу о восприятии. Яркий пример – оценка рынка. Само словосочетание – сегмент рынка подсказывает, какое графическое средство будет наиболее адекватно воспринято. Совершенно очевидно, что сравнение двух показателей может иметь чрезвычайную важность по сути, но круговая диаграмма из двух сегментов смотрится странно; нормально и убедительно смотрится гистограмма из трех столбцов, но график из трех точек смотрится бедно и малоубедительно. И наоборот – кто сомневается, может вместо графика с 27 точками построить круговую диаграмму или попробовать создать корреляционную гистограмму.

В качестве обобщенного примера далее рассмотрим алгоритм создания диаграммы (графика).

**Нейтральная диаграмма**

Выбор графика же зависит от того, какой именно вывод (идею) вы хотите проиллюстрировать. Из набора данных можно сделать много выводов. Предоставление этого занятия слушателю имеет сразу две отрицательных стороны.

Он может не заметить очевидной, на взгляд разработчика, мысли и по этой причине не только пропадет акцент – дальнейшее логическое построение материала может стать необоснованным, а эффект презентации оказаться под угрозой.

Он может сделать не те выводы, на которые рассчитывал разработчик. Тогда ко всему сказанному добавляется еще и возможное несогласие с дальнейшей позицией авторов, что еще хуже.

**Выводы делаются самостоятельно**

Даже без легенды на приведенных примерах очевидно, что вариантов толкования одного и того же графика достаточно много, а главное, что даже не все они имеют прямое отношение к разработчику. Если же добавить конкретики, ситуация станет еще более неоднозначна.

**Положительный пример**

Поэтому диаграмма должна не констатировать положение дел в области презентуемого проекта, а подтверждать (иллюстрировать) выводы, необходимые для достижения цели презентации. Сфокусируйте внимание аудитории на своем замысле. Технически этого можно достигнуть с помощью творческого подхода к построению диаграммы, использованию цвета, штриховки, шрифтов, стрелок, линий и т. д.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Вот формализованный алгоритм, как представить данные диаграммой. Рассмотрим создание количественной диаграммы – в отличие от качественной диаграммы, она является наиболее распространенной и универсальной. Главное то, что качественная диаграмма не нуждается в столь подробном подборе параметров – зачастую она изначально разработана для решения вполне определенной задачи. Разновидности качественных диаграмм, а также схем будут рассмотрены ниже.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

# Данные – материал для первичного анализа. Все, что вы уже слышали про графики и диаграммы, определяется именно на основе имеющихся данных, их характера, качества, количества. Наличие данных как таковых не означает, что их непременно стоит включать в презентацию проекта. Данные подтверждают, иллюстрируют идею. Что касается употребимости данных в презентации непосредственно, в нецелесообразности этого достаточно представить себе данные в неинтерпретированном виде: снимки с микроскопа (телескопа, эхолота, аппарата ЭКГ), ряды экспериментальных данных (пусть даже формализованные), статистическую сводку.

В процессе анализа данные зачастую порождают идею сами – к примеру, эффектно охарактеризовать разработку с неожиданной стороны (вандалоустойчивость бытовых светильников).

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Идея диаграммы рождается либо в результате обнаружения зависимости, либо от обратного - в подтверждение тезиса презентации.  
Её же, идею, выносим в заголовок диаграммы.

«Схема распределения финансирования» — это не идея, но тянет на заголовок. В таком случае, выполнять работу по анализу данных придётся каждому в аудитории отдельно.

«Что нужно работодателю?». Задействован риторический прием:идея, сформулированная как вопрос, получает ответ в виде диаграммы.

«Планируемый для охвата сегмент рынка максимален» - то, что и требовалось доказать аудитории, опираясь на численные данные.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Следующая итерация включает подбор типа сравнения, на основе которого будет выбран конкретный тип диаграммы.

Любая идея (по Д. Желязны) может быть выражена через пять типов сравнения:

* покомпонентное
* позиционное
* временное
* частотное
* корреляционное

Исходя из сформулированной идеи*,* подбираем подобающий тип сравнения. Формальной основой для подбора может служить набор ключевых слов, характерных для каждого типа сравнения.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Показывает долю каждого компонента в процентах от целого.

Пример.

— Продажи секьюрити-патчей к нашей системе составили наибольшую долю в общем объёме продаж компании.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Позиционное сравнение.

Показывает, как объекты соотносятся друг с другом.

Пример.

— Продажи левых ботинков превысили продажи правых.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Временное сравнение.

Пример

Показывает как значение изменяется во времени.

— одиннадцать месяцев экономика региона стабильно летела к чертям.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Частотное сравнение

Пример

Показывает, сколько объектов попадает в определённые последовательные области числовых значений.

— большинство сделок было заключено от Y до X рублей.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Корреляционное сравнение

Показывает наличие эмпирической зависимости между двумя переменными, тенденциями.

Пример

— Разрастание штата нянек способствует развитию монокулярного зрения у ребёнка.

**Аспекты дизайна. Графическая оптимизация**

Естественно, что графические элементы не могут полноценно выполнить свои функции без текстового сопровождения. Заголовок (подзаголовок), вспомогательный графический и текстовый блоки – именно эти элементы в сочетании с графикой позволят в полной мере воспользоваться достоинствами графической подачи информации.

Но если подпись к диаграмме или графику не читаема – на 2/3 объект не существует. Даже если спикер назовет ее вслух.

Язык подписи должен совпадать с языком презентации. В крайнем случае, если графический объект включал надпись на иностранном языке, удалить которую затруднительно, сопроводите объект русской подписью в режиме цитирования.

Не используйте в презентациях инновационных проектов технические чертежи «для повышения убедительности». Для большинства аудитории чертеж не читаем самостоятельно, даже если отчетливо виден, а для комментариев у спикера нет времени.

**Аспекты дизайна. Верстка. Текст и типографика**

Несмотря на очевидную важность типографики (неряшливое оформление презентации смотрится не лучше, чем пятно на дорогом галстуке), типографика – не самоцель. Если выбирать между сохранением смыслового переноса и правильной длиной тире – выбираем первое.

Разные демонстрационные экраны. Когда вы будете готовить презентацию на «УМНИКа», вы вполне можете не знать, где будет защита и на каком экране придется демонстрировать свои слайды. А в деловой практике демонстрация медиапрезентаций не только не на «своем» экране, а в совершенно неизвестных заранее условиях – вообще обычное дело. Поэтому, если есть возможность выбрать из уместного максимальный кегль шрифта – выбирайте.

В одной презентации следует использовать для создания текстовых блоков не более двух типов (наименований) шрифта.

Типы шрифта лучше использовать без «засечек» - шрифты с засечками сделаны для «удержания» строки в больших газетных массивах, а на слайдах с большого расстояния они сливаются.

Следует учитывать, что изначально шрифты разрабатываются с определенным назначением. Даже не зная его наверняка, возможно определить как визуально подходящие к стилю презентации, так и неуместные.

В среднем, минимальный кегль шрифта в текстовых блоках – 18 (без учета типа шрифта). На лекционном экране может быть плохо виден уже с 7 – 10 метров.

**Аспекты дизайна. Графика**

Здесь полезно напомнить, что слайды представляют собой «слоистую» структуру, т.е. изображение (в т.ч. и текст) располагается на разных планах по отношению к зрителю. Манипуляции слоями с целью достижения максимальной выразительности могут быть весьма различны – главное помнить: зритель должен иметь возможность рассмотреть надпись или рисунок и понять, что этим хотели сказать разработчики.

При этом следует иметь в виду два ключевых момента:

• основу графической части РР составляет векторная графика;

• помните, что большой экран выявит многое, и то, насколько качественно это будет выглядеть, закладывается при подборе материала.

Последнее замечание относится к таким особенностям изображений, как растровая структура, разрешение, пропорции исходного изображения.

**Аспекты дизайна. Графика**

Схемы лучше располагать на одном слайде целиком – в отличие от текста, который можно запомнить, схема хороша наглядностью взаимосвязей, которая теряется, если не вся схема перед глазами одновременно. Не следует размещать на одном слайде более 2-х диаграмм – с учетом зоны изображения, они выйдут мелкими и нечитаемыми.

Без прямой необходимости (художественного замысла) не «сажайте» рисунки и фото на край слайда – появляется ощущение дилетантизма. Чрезмерное приближение текстового блока к краям создает еще худшее впечатление.

При перекрытии слоев проверяйте контрастность изображения первого плана. Следует учитывать, что регулируемая прозрачность слоев всегда должна быть достаточна для чтения расположенного на более удаленном плане изображения или текста. Кроме того, наложение слоев разного цвета даст смешение цвета и, во избежание конфуза, цветовые решения «многослойных» слайдов необходимо продумывать с самого начала разработки слайда.

**Раздел 4. Подготовка к выступлению, выступление на Конкурсе**

**Создание доклада**

Согласно формату конкурса предполагается, что доклад и медиапрезентация - это части одного целого. Соискатель не сопровождает медиапрезентацию пояснениями и замечаниями, равно как и презентация не является набором тезисов, по которым спикер делает доклад без опасений выглядеть «читающим докладчиком».

Презентация – единое целое. Поэтому смысловая платформа презентации, ее структура прослеживается параллельно и в медиапрезентации, и в докладе спикера - при нормальной постановке презентации спикер не читает свои слайды: аудитория все равно умеет читать быстрее, а значит, смысл присутствия его на сцене теряется.

Расстановка же приоритетов такова: медиа подчиняется содержанию выступления, изображение в целом должно быть подчинено тому, что хочет сообщить спикер.

В подготовке презентации целесообразно использовать тот же подход: создание доклада и медиапрезентации идет параллельно. Естественно, это означает исключительно приоритетность подачи: спикер говорит не то, что на слайде, а о том, что на слайде.

Практически создание доклада – это не обязательно написание документа в несколько десятков страниц, неточное воспроизведение которого будет в дальнейшем караться тюремным заключением и поражением в правах. Доклад – это последовательность и содержание того, что будет говорить спикер во время презентации. В какой это будет форме – в конце концов зависит от спикера: мнения специалистов и практиков варьируют от примитивного понимания «никогда не пишите – письменная речь отличается от устной» до варианта Черчилля, который не только писал, но еще и писал от руки, при этом записью в дальнейшем почти не пользовался.

Таким образом, дальше речь о подготовке доклада пойдет именно с этой точки зрения: создания текста выступления в любой форме по выбору спикера.

**Создание доклада**

Тремя основными элементами доклада являются: вступление, основная (содержательная) часть и заключение.Основная часть вашего доклада содержит особенности, которые зависят от темы и целей выступления, формата мероприятия. А вступление и заключение - типовые части любой презентации, присутствующие почти во всех докладах в той или иной форме, и зависят от основной части очень относительно.

Рассмотрим базовые аспекты, характерные для вступления и заключения.

**Создание доклада. «Смертные грехи» вступления**

Если вы не хотите настроить вашу аудиторию негативно (или даже обидеть) с самого начала, соблюдайте ряд правил. Провокативная тактика выступлений имеет место, но уж точно не при соискании гранта Фонда содействия.

И пожалуйста, избегайте замечаний по поводу пола, расы, религии, политики. Тем более что большинство инновационных проектов никакого отношения к этому не имеют.

**Создание доклада. «Смертные грехи» заключения**

В отличие от сессии с инвесторами, где заключение презентации служит предложением и призывом к действию, выступление перед жюри по аналогии уместнее увенчать выражением (и дополнительным подтверждением) уверенности в реализуемости проекта и перспективности такой реализации.

ваше заключение должно быть позитивным и уверенным. Запоминается последнее.

**Создание доклада. Логика изложения и переходы**

Для того, чтобы логика подачи материала не нарушалась и четко совпадала с мультимедийной частью, а слушателям было легче за ней следить, вам необходимо продумать переходы:

* от вступления к основной части презентации,
* от одной идеи презентации к другой,
* от одного слайда к другому.

С помощью переходов создается непрерывный ход презентации, отработка сценария, что позволяет аудитории сохранять нить доклада при смене нескольких порций разнородной информации. Переходы могут быть как смысловыми (информация, предваряющая следующую часть), так и безотносительными, ораторскими (риторический вопрос, эффектный жест, смена позиции выступления).

**Мотивация спикера**

Часто при подготовке презентации выступающие концентрируются на вопросе:

«Что я буду говорить?» (не путать с «Какую информацию включить в доклад»). Зачастую этим вопросом задается человек, который хочет, только одного: чтобы все скорее закончилось по возможности, пристойно и страх выступления отпустил его.

Однако, учитывая формат и цели конкурса, нужно задать себе другой вопрос:

«Зачем я провожу эту презентацию?»

Давайте уточним главный мотив выступающего в данном случае.

**Мотивация спикера**

Напоминаю, что форматом конкурса предусмотрена оценка проектов только в очном режиме, заочная экспертиза проектов отсутствует в принципе. И ваш проект будут оценивать в совокупности с тем, как вы его представляете. В связи с этим при подготовке к выступлению следует учитывать следующие аспекты:

1. Ясность изложения сути проекта. У членов жюри не будет другой возможности вникнуть в содержание проекта – если вас поймут неправильно, вы получите соответствующие оценки. То же самое относится и к неосвещенным разделам проекта, которые присутствуют в критериях оценки: как говорилось ранее – участник получает по критерию 0 баллов, если по представленному выступлению его невозможно оценить.
2. Способность участника выполнить задачи, поставленные в проекте. По тому, как участник выступает, можно оценить его способность выполнять задачи, поставленные им в проекте. Если участник держится неуверенно, не в состоянии ответить на вопросы жюри и производит впечатление человека, неспособного к ведению проекта, это может стать решающим «против» и даже хорошая проработка самого инновационного проекта может не спасти положение.
3. Оценка сразу по окончанию конкурса. Еще раз обращаю ваше внимание, что у членов жюри просто не будет возможности дополнительно обсудить свои решения: итоговые оценки участников конкурса выставляются единолично и непосредственно после окончания конкурса.

**Общие приемы спикера. Время**

Сразу устанавливайте темп презентации. Не забывайте, ваше выступление на конкурсе регламентировано: на каждого участника – не более 10 минут. Если вы выйдете за рамки регламента – представитель жюри может прервать ваше выступление и вы, возможно, не успеете сказать самого главного. Но при этом говорите медленно и внятно. Помните, что для выступающего время презентации бежит быстрее, а для слушателей – медленнее. Контролируйте динамику, энергичность речи – даже укладываясь в регламент, низким темпом подачи информации можно усыпить аудиторию и за 10 минут.

**Общие приемы спикера. Речь**

Говорите просто. Короткими предложениями. Не обрывайте фразы на полуслове. Как ни банально – грамотность речи по-прежнему ценится. Если вы не уверены в правильности произнесения непривычного слова – исключите его. Чтобы не возникало монотонности, в презентацию могут быть включены эмоциональные блоки – отрабатывайте их функциональные возможности сполна; если вся надежда только на выступление спикера – несильно меняйте темп, используйте модуляции голоса.

**Общие приемы спикера. Информация**

Зачастую слушатели перегружены информацией еще до презентации и у слушателя короткая память. Вспомните правило 7+2 и смиритесь с этим. Даже если трех-пяти аргументов недостаточно для того, чтобы убедить жюри или объяснить ему что-то, дополнительные аргументы не дадут ожидаемого эффекта. Более того, увеличивая количество сказанного, докладчик тем самым дает экспертам больше поводов для критики.

**Выступление без боязни. Фобии**

В книге Дэвида Пиплза "Presentations plus" приводится небезынтересные социологические данные. Да, опрашивалась публика не в нашей стране, но и большинство ответов не связаны с социологией и вполне общечеловеческие. Выборка была представительной, результаты достоверными, а сформулирован один лишь вопрос был так: чего вы боитесь больше всего? Результат интерпретирован в виде списка. Чем выше в списке стоит объект страха, тем больше его боятся. Вот этот список:

1. Выступление перед группой  
2. Боязнь высоты  
3. Насекомые и жуки  
4. Финансовые проблемы  
5. Глубокая вода  
6. Болезнь  
7. Смерть  
8. Полеты  
9. Одиночество  
10. Собаки

Полагаю, для большинства из вас позиция под номером 1 в этом списке, как и для меня, явилась неожиданностью.

**Выступление без боязни. Фобии**

Для разных проявлений страха публичного выступления, столь часто встречающегося в жизни, медики даже придумали названия. Вот три из них: лалиофобия (страх говорить), демофобия (боязнь толпы) и катагелофобия (страх выглядеть смешным). Фобия – это устойчиво существующий острый страх, в результате которого человек стремится систематически избегать вызывающий страх объект, деятельность или ситуацию.

**Выступление без боязни. Симптомы фобий**

У этих заболеваний вполне определенные симптомы:

* Ускоренный пульс
* Поверхностное дыхание
* Мышечные спазмы, воздействующие на:   
  - голос  
  - колени  
  - руки
* Пересохшая полость рта
* Охлаждение конечностей
* Расширение глаз
* Тошнота
* Потные ладони
* Напряженные нервы
* Размытость зрения

Страх - явление подсознательное и контролируется сознанием вне беспокоящей ситуации лишь отчасти. Так что, можете быть уверены, названные симптомы появятся в ночь перед вашей презентацией. Если этого не произойдет вечером, то к моменту восхода солнца в великий день страх с высокой вероятностью даст о себе знать. И все же – насколько это плохо?

Новости для вас две - хорошая и плохая. Враг не столь опасен, когда он известен и понятны методы борьбы с ним. Эта новость хорошая, поскольку обстоятельный разговор про методы борьбы впереди. Есть и плохая новость. От этого страха вам не удастся избавиться, скорее всего, никогда в жизни. Этот страх есть у каждого - у устроителей приемов, у научных докладчиков, у профессиональных артистов, даже у тренеров по проведению публичных выступлений. Но плоха эта новость только при поверхностном отношении к ней. Ваши потные ладони - ваши друзья. Они являются точным доказательством, что вы нормальное человеческое существо. Нормальное, потому что это в вашей крови и в ваших генах. Вы унаследовали это от ваших далеких предков. Природа обеспечила нас горючим для битвы или бегства в случае угрозы или неблагоприятной ситуации. Это горючее - адреналин, который автоматически накачивается в кровяной поток, чтобы помочь нам выкарабкаться. Во многом благодаря такому состоянию ваша презентация станет лучше, ваш ум будет быстрее, ваш энтузиазм больше, ваша убежденность сильнее. Так что радуйтесь, что оно у вас есть.

Мы должны понимать, что нервозность перед группой не является психической или психологической неполноценностью. Это нормальная и здоровая реакция нашего тела. Это способ природы помочь нам достичь наилучшего результата.

**Выступление без боязни. Избавление от фобий**

Обращаю ваше внимание на обязательное требование. Не используйте лекарств от нервного напряжения, влияющих на рассудок или меняющих настроение. Они создают обманчивую иллюзию спокойствия – вместе с тревогой уходит и «кураж», желание бороться до конца и победить. На какой прорыв способно апатичное жвачное животое?

А теперь - о методах сделать природу союзницей.

Вспомним в первую очередь о симптомах заболеваний. Они - следствия наших эмоций. С эмоциями мы бороться не можем. Но давно известно, что наши поступки могут оказывать обратное воздействие - менять наши эмоции. Это принцип аутогенной тренировки. Часть методов построено на этом подходе.

1. Дышите глубже

ваше дыхание неглубоко, оно захватывает не более трети объема легких. Представьте себе, что источник вашего страха - воздух, накопившийся в нижней невентилируемой части легких. Именно он заставляет ваше сердце биться чаще, ваши нервы напрягаться, а ладони потеть. Изгоните из себя эту отраву - сделайте несколько глубоких вдохов и выдохов.

2. Ненадолго напрягите мышцы

Используйте те несколько минут ожидания перед выходом к аудитории. Снимите спазмы мышц и напряжение нервов. Охватите стул, на котором сидите, с обеих сторон так, чтобы ладони прижались к сиденью снизу. И сильно потяните вверх. Тяните в течение пяти секунд. А потом повторите.

Можно это упражнение разнообразить. Если перед вами стол, вытяните руки под столом вперед так, чтобы ладони коснулись крышки стола снизу. И опять нажимайте вверх. Несколько раз по пять секунд каждый. Только не переусердствуйте - стол может оказаться слишком легким перед лицом вашего стресса.

Что делать, если ни стола, ни стула нет? Сильно прижмите ладони друг к другу.

3. Чудесное лекарство – общая физическая нагрузка

Первые две рекомендации применимы перед самым началом выступления. Но симптомы страха возникают и раньше - за несколько часов до начала презентации. Так давайте же и мы начнем раньше бороться за наше счастье. Чудесное лекарство – умеренная физическая нагрузка. Она великолепно снимает спазмы мышц, расслабляет нервы, углубляет дыхание. Прекрасно, если есть возможность заняться этим утром в день выступления. Эффективнее, чем умеренная физическая нагрузка, будут для вас только подготовка и репетиция.

Люди по-разному понимают «умеренная физическая нагрузка». Но независимо от того, будет ли это кросс три километра с выкладкой, километр баттерфляем в бассейне, 15 минут под видеокассету с Синди Кроуфорд или двадцать раз быстро по лестнице с первого этажа до пятого - симптомы страха не возникнут перед выходом к аудитории.

**Выступление без боязни. Избавление от фобий**

5. Уверенный старт.

Когда больше всего потеют ладони? В начале выступления, в середине или в конце? Конечно, в начале – именно тогда, когда люди получают свое первое впечатление о нас. Что нам хотелось бы - это снять нервозность именно первых минут выступления. Один из верных способов – начать говорить первые 2 минуты автоматически, наизусть – а в это время успеем примениться к залу и к жюри. Мы будем находиться в режиме автопилота в течение первых критических 120 секунд. Самое большое беспокойство останется позади. Две минуты спустя мы уже успокоимся, и все будет нормально. Когда вступление завершено, бабочки уже летят строем.

Исходя из внутренней логики презентации содержания разделов, не всегда удастся выполнить известную рекомендацию специалистов – начинать каждый раздел с нескольких (3-5) слов, характерных лично для вас. Но уж начать с них презентацию, проявив то, что так ценит любая аудитория – искреннюю индивидуальность - вам никто не в силах помешать.

6. Появитесь на один час раньше

Появление в зале заранее имеет ещё один важный аспект, помимо подготовки и проверки готовности техники к выступлению.

Этот час предоставит вам также достаточно времени, чтобы сделать то, что делают профессионалы и президенты - выйти во фронтальную часть зала, увидеть зал со стороны выступающего и про себя произнести свою стартовую 2-минутную часть выступления. Затем, когда прозвенит звонок, жюри и слушатели действительно будут на своих местах, вы всего лишь во второй раз сделаете то, что в первый раз уже сделали.

**Выступление без боязни. Другой подход**

Все, о чем говорилось выше, имело природу подсознательную и гнездилось где-то в глубинах мозга. Однако существуют и вполне сознательные, придуманные человеком самостоятельно аспекты выступления, тревожащие его. Есть две основные причины, которые могут вызвать у вас страх перед выступлением в Программе.

**Выступление без боязни. Другой подход. Преодоление**

Причина №1: страх позабыть (перепутать) материал, забыть сказать все существенное.

Опасение такого рода часто парализует спикера, превращая опасение в реальность. Увы, по этой причине так много «читающих докладчиков». Серьезная угроза с учетом того, что презентацию «прочтением» не проведешь, а в критериях конкурса явно указана это особенность выступления, как снижающая оценку.

В нашем случае преодолевается так.

Опора для спикера – структура презентации, тот самый сценарий, о котором говорил гуру Вайссман. Распечатанная структура слайдов с пометками соответствующих им фрагментов доклада создает надежную канву и никогда не даст вам что-либо упустить. В нашем случае это и есть выверенная многими докладчиками и тренерами «шпаргалка» - ключевые фразы разделов и подразделов. Я рекомендую доработать распечатку следующим образом: убрать из нее лишнюю информацию – содержимое слайдов, оставив значащие заголовки. Вот тут и скажется совместная подготовка презентации и выступления – система заголовков начнет работать на вас. Единственное действительно необходимое условие – отслеживать структуру: где вы находитесь. Вместе с тем, читать ее невозможно, даже если вы захотите.

Почему распечатка, а не разработанная самостоятельно шпаргалка, начинающаяся со слов разделов и т.п.? Горизонтальная связь «доклад-медиапрезентация», включая и напоминание, что на следующем слайде – для жюри очевидно, если соискатель продолжает доклад не связно, а лишь переключив слайд и быстро «пробежав» его глазами.

В крайней ситуации «выключения» памяти помогает универсальная заготовка – безотносительный блок информации, относящийся к проекту в целом. Может располагаться даже на отдельной карточке (на столе, в кармане). Это дает спикеру время «включиться», а аудитории – передохнуть. Время, правда, придется нагонять.

**Выступление без боязни. Другой подход. Преодоление**

Не бойтесь паузы, как таковой. Обычно на слух она намного короче, чем это кажется самому докладчику. В записки подглядывать можно и ничего страшного в этом нет. Не надо воздевать глаза к небу, мычать и пытаться вспомнить, что должно быть дальше. Лучше сделать паузу, подойти к запискам, заглянуть в них и продолжить мысль. Оставляет совсем другое впечатление

Безусловно, с аудиторией нужно быть, по возможности, честным, но НИКОГДА нельзя произносить фразы типа "я забыл, что собирался сказать" и т.д. Возможно, к вам проникнутся сочувствием, однако многие, наверняка, подумают, "а нужен ли выступающему грант на развитие проекта, если предмет выступления для него настолько неважен, что он о нем полностью позабыл?".

**Выступление без боязни. Другой подход. Преодоление**

Преодолевая этот страх надо помнить о следующих моментах:

1. Мотив членов жюри, когда они задают вопросы – в основном, получение необходимой информации. У вас нет оснований считать, что цель сидящих перед вами специалистов – «похоронить» ваш проект или «вывести вас на чистую воду». Если вам задают вопрос или просят подробнее раскрыть какой-либо аспект вашего проекта, это означает, в первую очередь, что информация необходима для того, чтобы поставить максимально объективную оценку.
2. Как правило, жюри задает вопросы только по существу, относящиеся непосредственно к теме представляемого проекта и только в рамках целей мероприятия. Репутация экспертов может пострадать в случае существенного нарушения норм профессионализма.
3. Не следует бояться провокативных вопросов. Вопросы членов жюри и вопросы из зала неравноценны и приоритет всегда за вопросами экспертов, а вопросы членов жюри почти всегда конструктивны. Вопросы же из зала менее предсказуемы, но не каждый председатель экспертного совета позволит задавать вопросы слушателям в ущерб членам жюри. А уж любая провокация из зала обязательно будет пресечена как минимум, из соображений престижа экспертного совета.

**Выступление без боязни. Другой подход. Преодоление**

Несмотря на неписанные правила экспертного сообщества, эксперты – живые люди и подвержены эмоциям. Потому вопросы члена жюри редко бывают неконструктивны, но могут оказаться негативно окрашены эмоционально. Не делайте поспешных выводов.

Лучшая тактика — сделать так, чтобы отвечать на вопросы было удобно:

Будьте терпеливы и ВЫСЛУШАЙТЕ вопрос.

После того, как вопрос был задан, сделайте паузу, чтобы обдумать ответ.

Повторяйте вопрос, только если вам нужно переформулировать его, чтобы дать на него ответ.

Отвечайте только на заданный вопрос — не больше и не меньше.

Не завершайте ответ, пока не будете уверены, что ответили на вопрос полностью.

И главное: не дайте «заразить» себя враждебностью, сарказмом — чем угодно, что мешает конструктивному диалогу. Отвечайте на содержание вопроса, а не на его эмоциональную окраску. Будьте профессиональны и отвечайте без проявления негатива: сосредоточьтесь на том, чтобы ваши слова поняли и приняли.

**Выступление. Жестикуляция**

Сказанное дальше не делает больше экономический эффект от внедрения вашего проекта, не прибавляет вам заказчиков и не исправит вкравшиеся в презентацию опечатки.

Однако впечатление, которое производит соискатель гранта, складывается из многих нюансов – а в конце личность выступающего может добавить баллы недополученные из-за факта отсутствия, к примеру, полученного патента.

Нет ответа на вопрос, помогают или, наоборот, мешают жесты доносить до слушателей информацию, поскольку все зависит от умения пользоваться ими. При этом следует помнить, что невербальная информация сообщает о человеке множество информации помимо темы доклада. Даже отсутствие жестов – руки плотно прижатые к телу – это тоже жест, который несет информацию об ораторе.

В рамках данной темы ограничимся пониманием того, что презентации вредят бессмысленные жесты (к примеру, вращение предмета в пальцах, снимание-одевание кольца), а еще более – жесты, смысл которых свидетельствует о неискреннем отношении выступающего к презентации (жесты сомнения – потирание сбоку носа, подбородок в щепоть и т.п.).

В свою очередь, полезными для презентации являются жесты утверждающие, иллюстрирующие (эмоционально подтверждающие слова спикера, либо поясняющие их), а также коммуникативные - жесты, с помощью которых оратор привлекает к себе внимание, заводит аудиторию, отсекает неправильные версии услышанного, одобряет направление мыслей.

Базовое положение - стойте спокойно, в “равновесной позе” - ноги на ширине плеч, руки свободно опущены, вес распределен равномерно. Не надо сцеплять руки, за спиной или перед собой. Не надо держать их в карманах. Надо делать правильные жесты.

**Выступление. Жестикуляция**

Несколько советов о том, как сделать жесты своими помощниками во время выступления и избежать очевидных ошибок.

* Старайтесь жестикулировать обеими руками. Если вы задействуете только одну руку, ваше выступление смотрится неестественно… Можно использовать обе руки одновременно или и левую и правую руку попеременно.
* Большая ошибка – это прижатые к бокам локти. В этой позе движения получаются скованными, несвободными. Отрывайте локти от боков, чтобы не казаться зажатыми и испуганными перед аудиторией.
* Если перед вами зал, в котором собрались несколько десятков или сотен человек, то не бойтесь делать широкие жесты.
* Если аудитория невелика, тем более - на расстоянии примерно 1-3 м, то лучше ограничиться движениями с малой амплитудой. Отметим, что в любом случае широкие жесты говорят об ораторе, как об уверенном в себе человеке, в то время как мелкие, зажатые – скорее как о неуверенном.
* Если вы чувствуете, что ваши руки начали исполнять какой-то жест, не пугайтесь, дайте ему стать законченным. Уж жест родился – то позвольте ему развиться до конца, не замирайте на полдороге.
* Старайтесь избегать жестов тыльной стороной ладони в сторону слушателей. Они воспринимаются так, как будто оратор держит что-то в руке;
* Используйте жесты в сторону аудитории открытыми ладонями – о чем бы вы в этот момент не говорили, жест доверия и дружелюбия придаст положительную окраску.

Оптимальный вариант «преднамеренной», продуманной жестикуляции – это использование ее совместно с эмоциональными блоками презентации.

Для достижения максимальной эффективности необходимо:

* выработать привычку контролировать жестикуляцию;
* отрабатывать, тренировать необходимые навыки жестикуляции (например, иллюстрирование наугад взятого слова) и даже отдельные жесты.

**Выступление. География**

Хорошо известно, что движение (направление) слева направо и снизу вверх вызывают положительную реакцию подсознания, и наоборот.

Дело в том, что все объекты, появляющиеся справа в поле зрения человека воспринимаются им, как потенциально опасные, враждебные.

Место, откуда докладчик появляется перед нашим взглядом и где он далее находится, тоже имеет значение. Используйте все "резервы местности", выходя на сцену, выдвигаясь к трибуне - старайтесь выйти с левой стороны. Сделайте от вас зависящее, чтобы движение ваше было слева направо относительно смотрящих на вас. Пусть доска, экран, президиум будут находиться по левую руку от вас.

Если есть такая возможность, постарайтесь, чтоб вас при выступлении ничего не заслоняло (стол, кафедра – если вы не пользуетесь кафедрой). Нежелательно также своими движениями уменьшать свой рост. Если уж выступаете за кафедрой – постарайтесь не ложиться на нее и особенно не наклоняться к микрофону – подстройте его с самого начала под свой рост.

Во время презентации стойте прямо и вытянувшись. Запомните, что слушатели приписывают более высоким людям больше влияния и авторитета.

Вообще, если только снижение официальности не входит в ваши планы, не облокачивайтесь и не опирайтесь ни на что – в такой позе выступающий выглядит расслабленным и неофициальным. В этом смысле неплох пюпитр – сохраняется все названные выше положительные стороны, а материалы выступления ненавязчиво лежат перед глазами.

Обязательно поддерживаете зрительный контакт хотя бы с несколькими слушателями. В первую очередь логично контактировать с жюри.

Но и в аудиторию не лишне направить взгляд – выходит более естественно. Оптимально расстояние 8 -10 метров: контакт выходит ненарочитым, к тому же сразу несколько человек полагают, что вы смотрите именно на них. Зрительно разделите аудиторию на несколько равных зон. Во время выступления переводите взгляд из одной зоны к другой через некоторые небольшие промежутки времени. Потренируйте навык, который каждые десять секунд будет сигнализировать вам о том, что пришло время сместить взгляд. У каждого человека в зале создастся впечатление, что вы говорите именно с ним. Не забывайте также, что взгляд ваш не должен казаться стеклянным. Он должен быть живой и выразительный, демонстрирующий, что вам интересен и предмет вашего рассказа, и слушатели, которым предназначено ваше выступление, а жюри не опасаетесь – напротив, желайте показать себя с лучшей стороны.

Если формат именно вашего выступления на «УМНИКе» предполагает свободное нахождение у экрана, не передвигайтесь резко и спонтанно с места на место без прямой необходимости. Отвлекает от доклада и создает негативное впечатление о выступающем.

**Диверсии**

Никакое выступление не застраховано от диверсии – действия, изображения, звука, нарушающего спланированный ход презентации. Т.е. по своей сути, диверсия – обстоятельства, нарушающие обычный/привычный ход выступления.

В борьбе с диверсией, как в воздушном бою, очень важно вовремя заметить противника. Собственно спикеру диверсия может и не мешать выступать, но внимание аудитории, переключенное на диверсанта, существенно снизит эффективность презентации.

Диверсия вызывается человеком, но диверсант – не всегда человек. Звук из соседней аудитории, где вдруг решили проверять аппаратуру; забытый экран предыдущей презентации или нештатно заработавшая аппаратура. А уж люди… От пробирающегося по залу человека, роняющего стул, или любопытного слушателя, задающего вопрос прямо в середине выступления. Однако в рамках подготовки к данному Конкурсу, когда порядок во время проведения мероприятия будет поддерживаться организаторами и членами жюри, мы будет говорить о диверсии совершаемой не слушателями, а являющейся непредвиденными обстоятельствами технического характера.

**Диверсии. Мотив. Приемы борьбы**

Мотивация спикера при борьбе с диверсией – не дать отнять у себя шанс. Главное для выступающего – не делать вид, что ничего не происходит. Есть такое правило: недостаток перестают замечать, если его подчеркнуть. На этом основан, пожалуй, самый распространенный прием: «узаконить» диверсию. Легче всего заставить не замечать "диверсанта" – обратить на него внимание. Способ придется оперативно выбрать в зависимости от контекста.

В ряде случаев диверсию можно пресечь, обратив внимание присутствующих на то, что их лишают нужной, интересной информации. Прием эффективен в отношении лиц, которые никак не подчинены спикеру и не имеют обязательств в рамках данного мероприятия – к примеру, местные администраторы, подчиненные лиц, находящихся в зале и т.п.

Кстати, в некоторых случаях даже жест, невербальный знак, поданный ответственному за мероприятие сотруднику, поможет решить проблему. Для этого надо заранее знать, кто есть кто среди «аборигенов» данного мероприятия. Странно, что ответственные не всегда замечают такую возможность сами.

Важна объективная оценка ситуации: иногда минимальный перерыв в презентации стоит неиспорченного продолжения. К примеру, если причину диверсии действительно можно устранить быстро, а презентация еще в начале – стоит адресовать проблему с демонстрационным компьютером системному администратору, а выступающему занять это время блоком информации, не нарушающим дальнейшую последовательность выступления. Важно не создать «затяжки», не прервать установленный контакт с аудиторией и смысловую последовательность: некое расширение информации медиапрезентации здесь будет намного уместнее, чем анекдот по теме, даже хороший.

Продумайте заранее вариант действий при «типичных» неприятностях – зафонивший микрофон, засветка экрана, неожиданно оказавшийся неконтрастным фон ключевого слайда, на котором не читается информация и т.п. Решать эту проблему за 10 минут, отведенных на выступление, может оказаться неоправданной роскошью.

Ну и самый невероятная диверсия – непросчитанный, чрезмерный акцент в собственной презентации. Андрей Скворцов (группа «Меркатор) рассказывает о таком случае: человек, рассказывая о системах видеонаблюдения за дорожным движением, привел в качестве примера видеозаписи зверских аварий. Речь шла об определении виновных в ДТП, но примеры были настолько жуткими, что тема выступления уже никого не интересовала. У всех перед глазами стояли ужасные кадры.

**Репетиция**

Лучший экспромт – подготовленный заранее.

Если вы заметите недостатки своей презентации во время ее проведения, возможно, вы учтете их в следующей. Но сегодняшний шанс будет потерян. Не слишком ли дорогостоящий способ приобретения опыта?

Четыре неопровержимые аргумента в пользу репетиции:

1. Это наилучшее решение проблемы напряженных нервов и потных ладоней. У вас есть серьезные основания нервничать и потеть, если вы не знаете, что вам следует говорить или как именно вы будете держаться. Концепция "Я сыграю это на слух" является самой лучшей гарантией посредственности.

2. Вторая причина - у вас практически всегда есть конкуренты, а особенно сейчас, когда вы выступаете на конкурсе. Достижение вашей цели не может быть частичным. Либо вы будете лучше кого-то, либо кого-то оценят выше вас.

3. Если вы не репетировали, жюри и аудитория поймут, что вы этого не делали. Это всегда заметно - для принятия решений, неизбежных в первый раз, требуется время. Экспертному совету это скажет следующее: "Я не думаю, что это выступление настолько серьезно. Выиграю – хорошо, не выиграю, и ладно". Помните, что в сознании ваших слушателей качество вашей презентации является зеркальным отражением качества вашего проекта.

4. Четвертая причина даже более важна, чем первые три - 90% того, насколько хорошо пройдет ваша презентация, определено еще до ее начала. Это в первую очередь повод репетировать. Для достижения хороших результатов не существует дешевых способов. За все надо платить. Никогда не делайте того, что профессионалы даже не пытаются делать, - не проводите презентаций без репетиции.

**Деликатные советы – внешний вид**

Не забывайте о том, что ваш внешний вид должен соответствовать случаю, что бы это не означало. Здесь уместно вспомнить весьма известную поговорку, но в полном варианте: «Встречают по одежке, провожают по уму». Из этих соображений соискатель не должен выделяться на фоне своей презентации внешне. Выделяться надо будет другим способом.

Напоминаю вам, что формат мероприятия – молодежный конкурс инновационных проектов, а значит, речь идет о молодых специалистах, студентах и аспирантах. Поэтому никто не обязывает вас быть одетым по жесткому протоколу, однако и относиться слишком легкомысленно к внешнему виду тоже не стоит – в жюри могут находиться люди из науки и бизнеса, к тому же старше вас и со вполне устоявшимися взглядами. Не стоит формировать их предвзятое мнение, демонстрируя небрежность или кричащую оригинальность.

Общие соображения по одежде таковы:

* выбирайте нейтральные цвета, избегайте контрастных оттенков – легче впишитесь в обстановку;
* одежда по определению должна быть опрятной – никакие концептуальные соображения не оправдают выступающего с пятном на лацкане или в грязной обуви;
* одежда и особенно обувь должна быть удобной – пусть ничто не сковывает вас и не мешает проявить себя.

Если вы все-таки предпочли деловой костюм, хочу обратить ваше внимание на следующие моменты.

**Деликатные советы. В галстуках**

На случай варианта «в галстуках» не вредно напомнить, что классический канон – из трех частей костюма (костюм, сорочка, галстук) по рисунку должны совпадать два.

**Деликатные советы. «Casual»**

На случай же «без галстуков» - учтите, что вариант «темный пиджак – светлые брюки» воспринимается как более привычный, а наоборот – как некий нонконформизм.

**Деликатные советы. По протоколу**

Возможно, ваш стиль для таких мероприятий подсказывает вам необходимость делового протокола. Парадоксально, но в жестком протоколе принято считать более консервативным немецкий вариант костюма – с одним разрезом на пиджаке, а более «вольнодумным» - английский, с двумя. Нормальной протокольной сорочкой считается только белая.

**Деликатные советы**

Главное, тем не менее, не переусердствовать. Легкомысленному или просто странному, излишне «индивидуальному» человеку остерегутся доверить деньги.

Чувство меры – вот главный ориентир для создания внешнего облика соискателя гранта. Не увлекайтесь им, но и не пренебрегайте. Как ни обидно, но иногда назойливая мысль об очевидной стрелке на колготках или боль от неудобных туфель настолько въедлива, что серьезно осложняет выступление.

**Деликатные советы. Для девушек**

Леди трудно советовать что-то в плане дресс-кода, поскольку каждая из них сама себе дизайнер и стилист. Однако взваленная на себя задача обязывает. Для проведения презентации лучше надевать блузки и пиджаки с небольшим вырезом и длинным рукавом, а юбки — средней (к середине колена) длины. Предпочтительнее не выбирать слишком узкие юбки и брюки, которые будут мешать вам свободно и раскованно двигаться, а также избегать массивных и броских украшений, цепляющих взгляд. Для деловой презентации вообще, а для выступления на жюри молодежного конкурса особенно, следует избегать впечатления, что ваша цель – покрасоваться со сцены и произвести фурор. Есть риск оказаться неверно понятой – фурор обойдется в круглую сумму неполученного гранта.

**«Неожиданностей не будет!..»**

Для того чтобы презентация прошла успешно, помимо подготовки медиа-презентации и доклада, необходимо предусмотреть также и ряд технических моментов непосредственно перед выступлением.

Закон Мерфи действует сегодня так же, как и в течение многих лет до вашего выступления. Если что-нибудь может быть сломано, пропущено, сожжено или забыто, такое обязательно случится. Поэтому давайте поговорим, как избежать подобных неприятностей. Какие использовать превентивные меры для обеспечения успеха.

Пусть это не ваша основная специальность, это неправильно и даже несправедливо, но если вы хотите, чтоб выступление прошло нормально, придется самостоятельно проверить ряд условий и, возможно, решить кое-какие проблемы.

**Возможные проблемы**

Вот некоторые рекомендации и примерный перечень того, с чем могут возникнуть проблемы и что, соответственно, нужно проверить перед мероприятием.

1. Всегда приезжайте заранее, даже если вы располагаете самой точной программой выступлений. В зависимости от формата мероприятия на подготовку вашего выступления может потребоваться от четверти часа до часа. Есть проблемы прямо не относящиеся к выступлению, но влияющие на ситуацию в целом: неправильно указаны название и время начала вашего выступления, расписание выступлений сдвинулось по ходу мероприятия, сегодня утро понедельника и в помещении забыли включить вентиляцию, выключенную на выходные дни и т.п.
2. На компьютере в месте проведения, с которого должна запускаться презентация, другая версия PowerPoint ― соответственно, презентация не отображается надлежащим образом. На всякий случай лучше иметь с собой презентацию в режиме «подготовить для компакт-диска…»
3. На компьютере в месте проведения заблокированы USB-порты (часто так бывает в силу политики информационной безопасности) ― поэтому не получается скопировать принесенную с собой на флэшке презентацию. Нельзя исключить, что презентацию придется пересылать по e-mail кому-то из организаторов, а они по локальной сети переносят ее на компьютер для выступления. В том числе и с использованием беспроводного интернета.

**Возможные проблемы**

* 1. Во фронтальной части комнаты отсутствует стол, на который вы могли бы положить материалы своего выступления. Самая крайняя крайность – материалы, непосредственно необходимые для выступления, держим в руках. Подходящий способ отвлечь от этого внимание – не пытаться «замаскировать» записи, держа их за спиной и быстро подглядывая, а свободно жестикулировать занятой рукой наравне со свободной и свободно без напряжения в них заглядывая.
  2. Отказ или нештатная работа микрофона. Если выбирать между пониженной громкостью речи и постоянно фонящим микрофоном, лучше говорить без него. Попросите аудиторию о тишине - большинство нормальных людей отреагируют на очевидную проблему, а жюри располагается обычно максимально близко.
  3. Нет презентера – очень распространенный вариант. В лучшем случае управление демонстрирующим компьютером доступно лично, в типичном - придется подавать команду оператору за компьтером. Оцените возможность личного переключения – как бы ни было накладно прерываться для подачи команды, метаться с места на место для нажатия клавиши ещё хуже.
  4. Экран расположен так, что поглядывать на него в ходе выступления затруднительно (требуется обернуться). Если у вас четко подготовлено сопоставление доклада с файлами, говорите и не бойтесь – контролируйте лишь выход соответствующего слайда.

**Советы к подготовке**

А вот некоторые рекомендации, полезные при подготовке выезда на мероприятие.

1. Используйте для выступления формат демонстрации. Он легче и быстрее воспроизводится, главное – при запуске не будет неряшливо демонстрироваться рабочий стол.
2. Именуя файл презентации, обязательно включайте в название свою фамилию и название проекта. Когда вас вызовут к микрофону, оператор быстро и безошибочно поставит вам именно вашу презентацию.
3. Всегда берите с собой базовую версию презентации, доступную для редактирования. Это основа гибкости.
4. Насколько возможно, удостоверьтесь в отсутствии вирусов на своем носителе. Чужой сисадмин всегда первому поверит своему антивирусу. Кстати, не забудьте «провериться» и после презентации – на предмет «гостей».
5. Внимательно изучите список выступающих и порядок выступлений – в случае внесении изменений в регламент (возможно все – начиная с отключения света в микрорайоне и до визита ВИП – гостя) именно эта информация послужит вам опорой и ориентиром.