

# 33F201 – Jak psát kvalifikační práci

## Přednáška 5

Tvorba a komunikace prezentace ve škole a  
firemní praxi.

Vizualizace výsledků.

Doc. Ing. Jindřich Špička, Ph.D.



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

**MŠMT**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

# Příprava prezentace v osmi krocích

1. Identifikace vašeho publika.
2. Ujasnění si, co je účelem, cílem vaší prezentace.
3. Tvorba struktury prezentace (bodová osnova).
4. Čím začnete? Zahájení prezentace.
5. Čím skončíte? Ukončení prezentace.
6. Příprava vizuální podoby prezentace.
7. Příprava na možné otázky publika.
8. Vlastní prezentace.

# 1. Identifikace vašeho publika

- Pro kolik lidí je vaše prezentace určena?
- Odkud jsou? Jaká je struktura publika (obory, firmy, stupeň studia, zástupci kateder, věk, ...)?
- Bude publikum fyzicky přítomno nebo se jedná o webinar?
- Pro firemní prezentace – jaké úrovně řízení budou přítomny, kdo má rozhodující pravomoc? Manažeři? Kolegové?
- Co o „tom“ vědí? Do jaké míry je publikum informováno, úroveň znalostí?
- Teoretici nebo praktici?
- Jak rozdílné jsou zájmy vašeho publika? Chtějí nebo musí?

## 2. Účel prezentace

Když nemáte cíl, nemůžete trefit.

### Informovat

- Fakta
- Data
- Přehled
- Monolog

### Přesvědčit

- Důkazy
- Argumenty
- Emoce
- Dopady

### Inspirovat

- Osobní  
rovina
- Emoce
- Podněty  
k zamyšlení
- Příběhy

### Naučit

- Fakta, data
- Dopady
- Příklady
- Ilustrace
- Pochopení

## 2. Účel prezentace

- **K čemu vlastně slouží moje prezentace?**
  - Sdělení informace – prezentace faktů nebo sdílení informací (např. obhajoba na VŠ).
    - Full prezentace nebo Executive summary.
  - Prezentace námětů, nápadů – podpořeny argumenty, vlastním úsudkem s cílem přesvědčit posluchače a získat jejich podporu (náměty projektů).
  - Inspirace a motivace – cílení na pocity posluchačů, podnítit posluchače k činnosti.
- **Jaký je přínos mojí prezentace?**
  - Komu jinému moje prezentace prospěje?
  - Jaký problém řeším? **Důležité – formulace problému („Zajímavé!“) a nabídka jeho řešení („To zní dobře!“).**

# Interakce s publikem

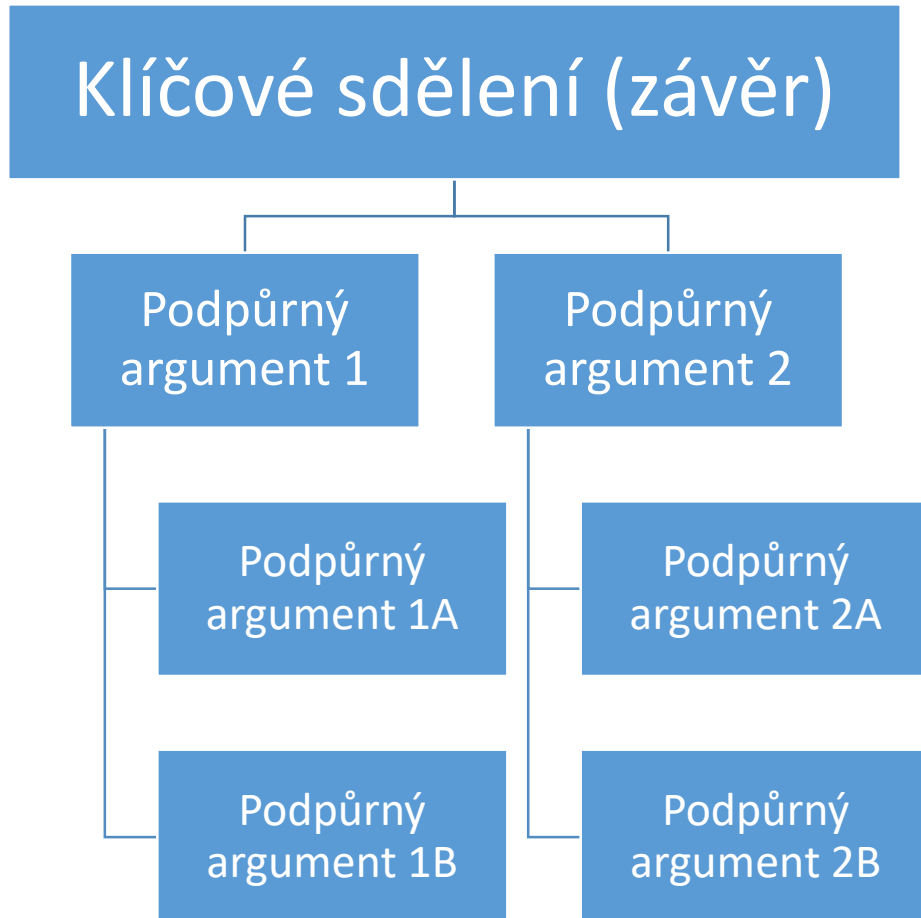
Charakteristiky publika	Tip
Publikum je pasivní.	Snažte se vyvolat dojem naléhavosti.
Publikum touží po změně (např. nový šéf).	Využijte energii publika k jeho zapojení do prezentace.
Publikum nechce změnu.	Zaměřte se na důslednou argumentaci odpověďmi na otázky „Proč?“
Publikum je nejisté, bojácné.	Zaměřte se na uklidňující formulace.
Publikum je hodně různorodé.	Snažte se identifikovat hlavní zájmové skupiny a na ty cílit prezentaci.

**Nonverbální projevy** – posluchači si hrají s mobilem, mají před sebou PC, kývou, jsou pozorní, povídají si mezi sebou, spí.

# 3. Struktura prezentace

- Organizace myšlenek (hlavní nadpisy = hlavní témata, podnadpisy = dílčí témata).
- Která vaše sdělení jsou klíčová a která jsou podpůrná?
  - Využijte myšlenkové mapy.
- Jakou prezentační strategii použijete?
- Které důkazy, argumenty použijete? **Vždy je důležité závěry pečlivě odůvodnit, jinak není vaše sdělení důvěryhodné.**
- Volte spisovná slova, nepoužívejte slang.
- Připravte si průběžné otázky k diskusi.
- Lze používat i vtipy (s mírou a vhodné, u obhajob BP/DP není čas).

# Příklad myšlenkové mapy pro přípravu prezentace



- Každé tvrzení vychází z (několika) argumentů.
- Argumenty se vzájemně nepřekrývají.
- Obhajoba BP/DP spočívá ve schopnosti obhájit závěry práce.



## 4. Zahájení prezentace

První dojem rozhoduje! Úvod prezentace.

- Představení. Proč právě já?
- Zjištění motivace publika.
- Představení cíle prezentace a možných přínosů pro publikum (co si odnesete?).
- Zdůraznění potřeby prezentace. Proč o tom mluvíme?
- Agenda.
- Organizace prezentace (doba trvání, přestávky, možnosti komentářů a dotazů, dostupnost podkladových materiálů).

SNÍŽENÍ NERVOZITY.

## 4. Postup „intro“

- **INTRO:**

- **Impact, Interest** – přínos prezentace, vzbuzení zájmu.
- **Need** – rekapitulace potřeb posluchačů, co očekávají od prezentace. „Potřebujete vědět, co Vám chci říci.“
- **Timing** – předem řekněte, jak dlouho bude vaše prezentace trvat.
- **Range** – na co se v prezentaci zaměříte a na co naopak ne.
- **Objectives** – co si má publikum z prezentace odnést.

PwC (2018). *Effective Business Presentations with Powerpoint*. Placený kurz poskytovaný společností Coursera.

## 4. Zahájení prezentace – emoční převodovky

- Vtip.
- Otázky do publika.
- Příběh.
- Šokující fakta, data.
- Aktualita.
- Významné datum.

## 4. Zahájení prezentace – co nepoužívat?

- Nepoužívejte komplimenty (např. Jste určitě nejchytřejší publikum. Vám, paní profesorko, to dnes moc sluší).
- Zbytečně se nevěnujte detailům již v úvodu.
- Nezačínejte negativními informacemi.

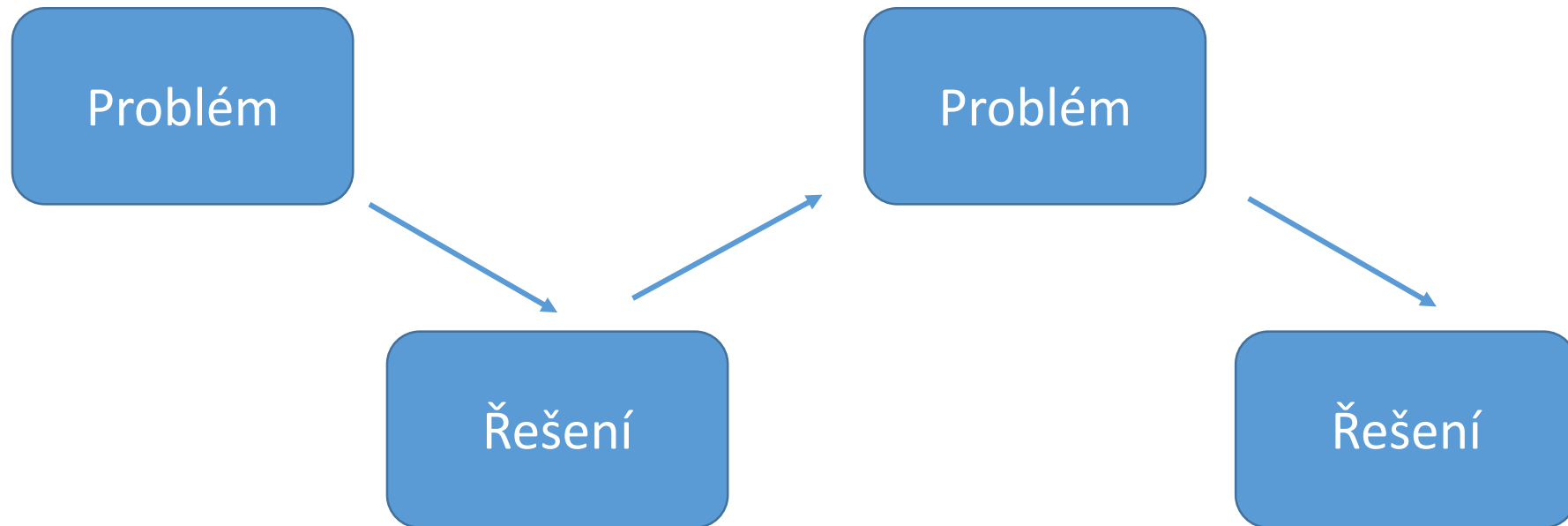
# Storyline

t.b.i. = the big idea (kam umístit hlavní myšlenku?)



# Storyline

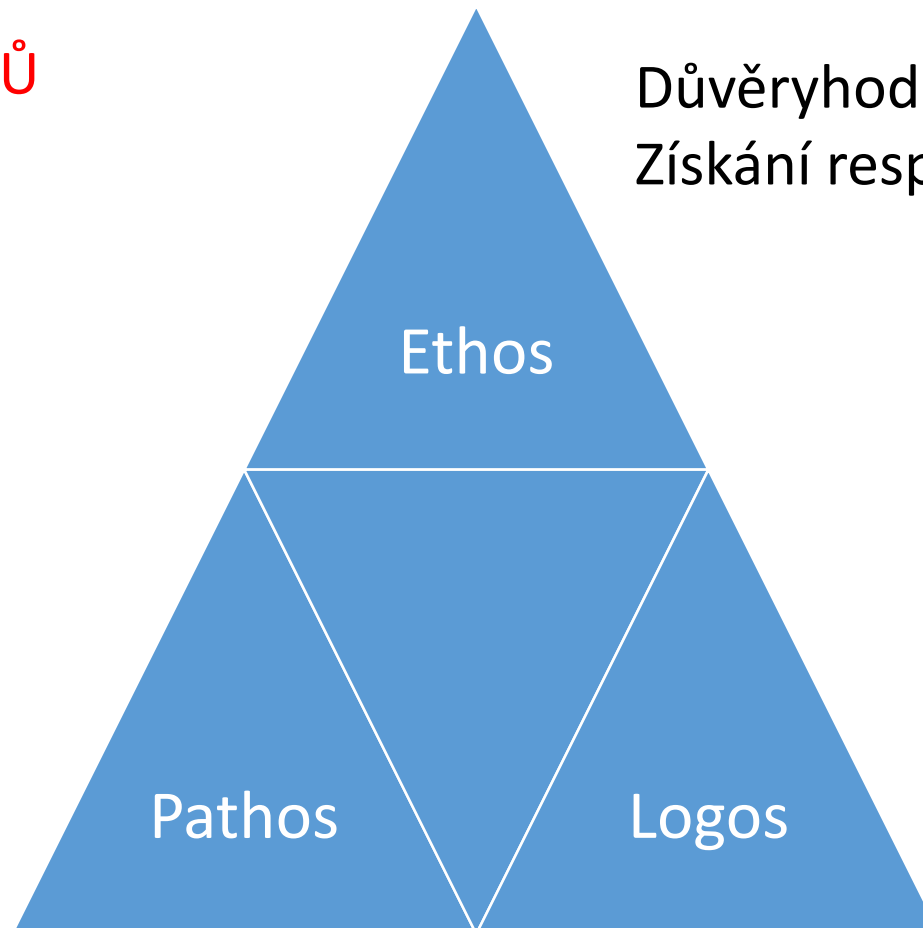
- **Univerzálním principem všech dobrých prezentací (příběhů) je střídání napětí (problém) a uvolnění (řešení), nikoliv střídání očekávání a zklamání!**



# Storyline jen čísla nestačí...

## ROVNOVÁHA 3 ASPEKTŮ

Probudte emoce  
a představivost  
publika.

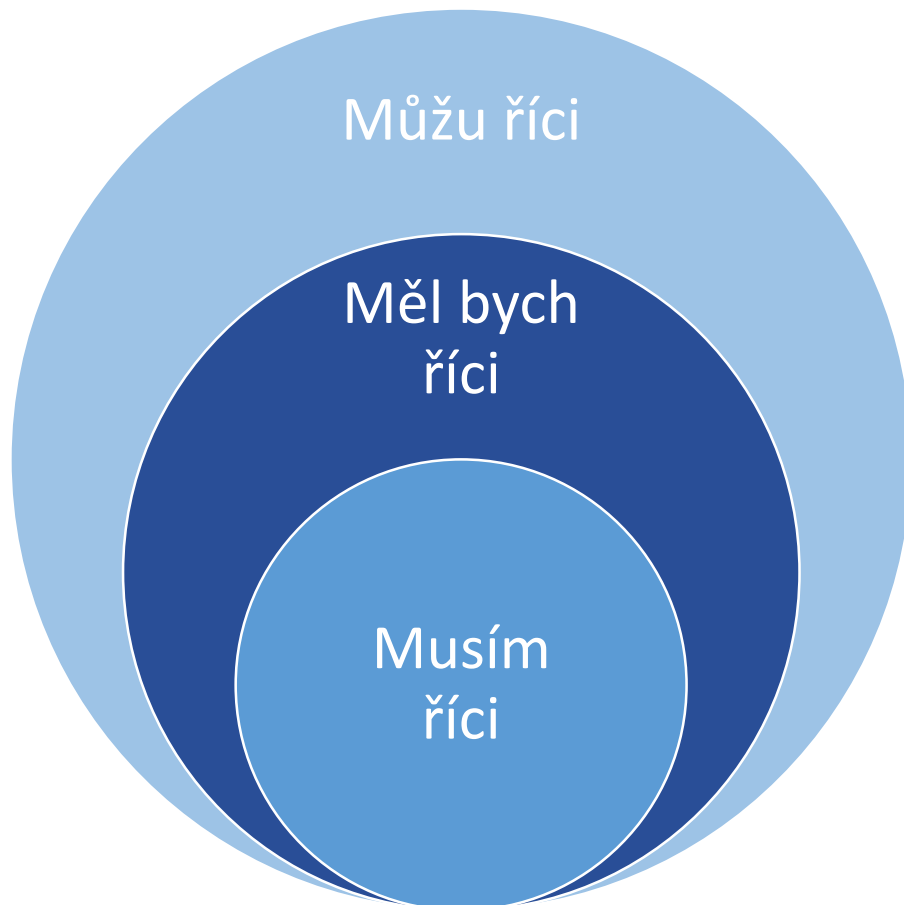


Důvěryhodnost.  
Získání respektu.

Poskytněte důkazy  
svých tvrzení.

# Storyline

ROZMYSLETE SI, CO MUSÍTE ŘÍCI, CO BYSTE MĚLI ŘÍCI A CO MŮŽETE ŘÍCI.

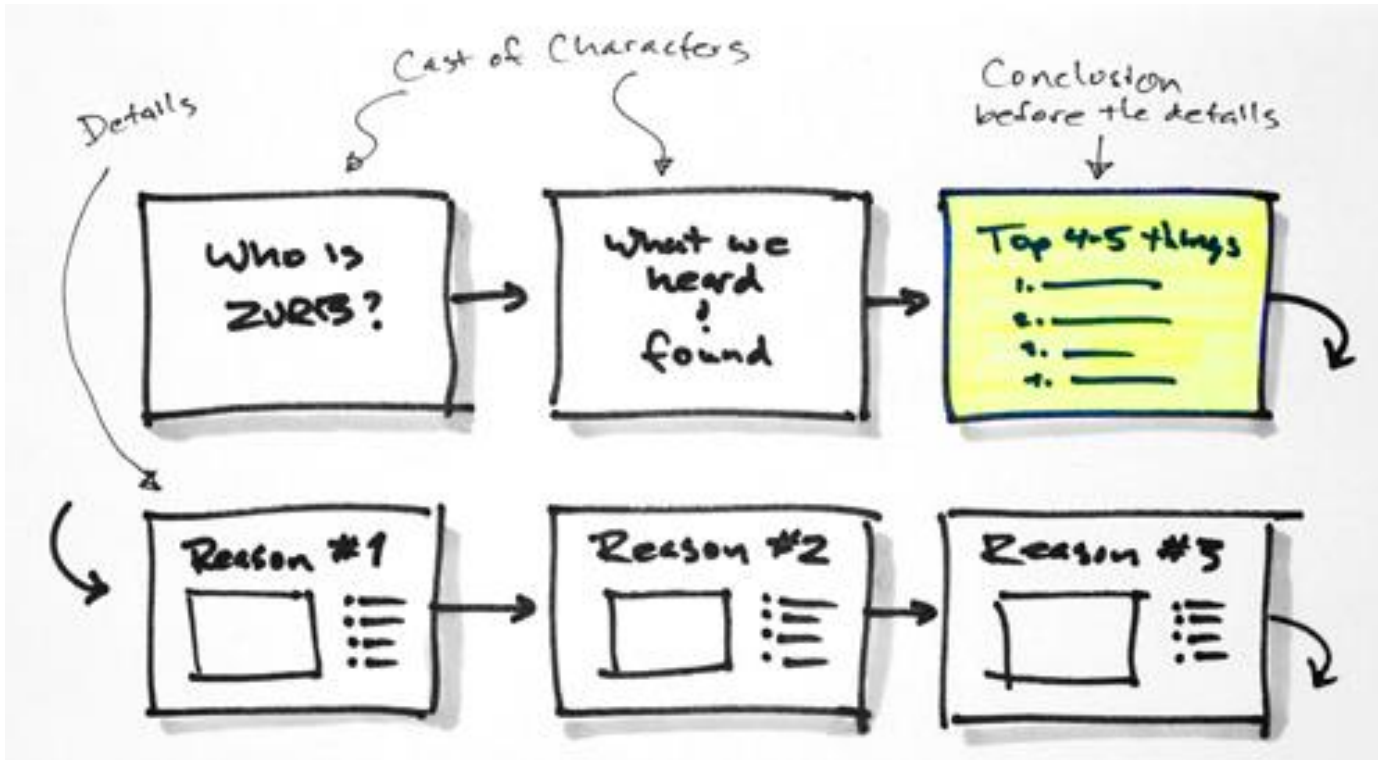


- Pokud máte o daném tématu opravdu hodně znalostí, pečlivě vybírejte ty nejdůležitější, abyste publikum nezahrnuli příliš mnoha informacemi.



# Storyboard

Storyboard je pracovní verze vizuální podoby slidů.



**Postupujte jako malíř!**

Tedy:

1. Nejprve si načrtněte obsah (skica).
2. Design slidů přichází až na samotný konec.

# 5. Ukončení prezentace první dojem rozhoduje, ale poslední dojem zůstává!

Uvedte shrnutí nejdůležitějších faktů a zjištění.

Formulujte poselstvím návrhy, doporučení.

Poděkujte (nemusí být nutně napsáno na posledním slidu).

Připomeňte doplňkové materiály a kontakty na sebe.

Prostor pro otázky a námítky.

## 5. Ukončení prezentace

- V případě obhajoby BP/DP znovu zdůrazněte přínosy vaší práce.
- V případě prezentace na obhajobě BP/DP následuje po Vaší prezentaci reakce na posudek vedoucího práce a oponenta a odborná diskuse.
- V případě firemní prezentace vůči decision-makerům je vhodné uvést, že rozhodnutí je nyní na nich.
- Nepoužívejte fráze jako „Doufám, že...“, „Věřím, že...“, „Možná, že...“ „Snad...“. Svědčí to o tom, že si nejste jisti svými závěry.

## 6. Vizuální podoba prezentace

- Dobrá vizuální stránka prezentace usnadní publiku porozumět myšlenkám, faktům a přesvědčíte je o obhajitelnosti vašich závěrů.
- Grafy, tabulky a schémata použijte **jen tehdy**, pokud poukazují na:
  - **Proporci (strukturu).**
  - **Kontrast.**
  - **Vývoj (trend).**
  - **Posloupnost, postup.**

## 6. Vizualní podoba prezentace

- Nepoužívejte příliš složité grafy, tabulky a schémata.
- Nepoužívejte zkratky bez vysvětlení.
- Vždy nejprve graf, tabulku a schéma představte (např. popište osy), čímž dáte publiku čas, aby se v nich zorientovalo.
- Důležité informace v grafech, tabulkách a schématech vždy zvýrazněte (barevné ohraničení, bubliny, šipky).
- Připojte klíčové věty, které zdůrazní to nejdůležitější.

**Slide musí být čitelný.**

## 6. Vizualní podoba prezentace - design slidu

- Hlavní nadpis v záhlaví slouží k orientaci publika v prezentaci (kterým tématem, kterou oblastí se právě zabýváme?).
- Hlavní část slidu musí odpovídat nadpisu.
- Na každém slidu uveďte vždy jedno zjištění (jednu myšlenku) a to podložte (grafy, tabulkami, schémata, myšlenkovou mapou, ...)
- U každého grafu, tabulky a schématu uvádějte nadpis, zdroje, měřítko (jednotky), popisy os, ukazatelů. Nejdůležitější informace zvýrazněte.
- V případě potřeby používejte vysvětlivky.
- Používejte jednotný styl písma.
- Slidy číslujte (lze uvést i celkový počet slidů, např. 3/25).

# 1. Hlavní Nadpis

## 1. 1 podnadpis

- Graf, tabulka, schéma, ...

- Hlavní zjištění (teze) v bodech.
- Textová argumentace (stručně, výstižně).

**PAMATUJTE, ŽE I V PREZENTACÍCH MUSÍ BÝT ODKAZY NA POUŽITÉ ZDROJE!**

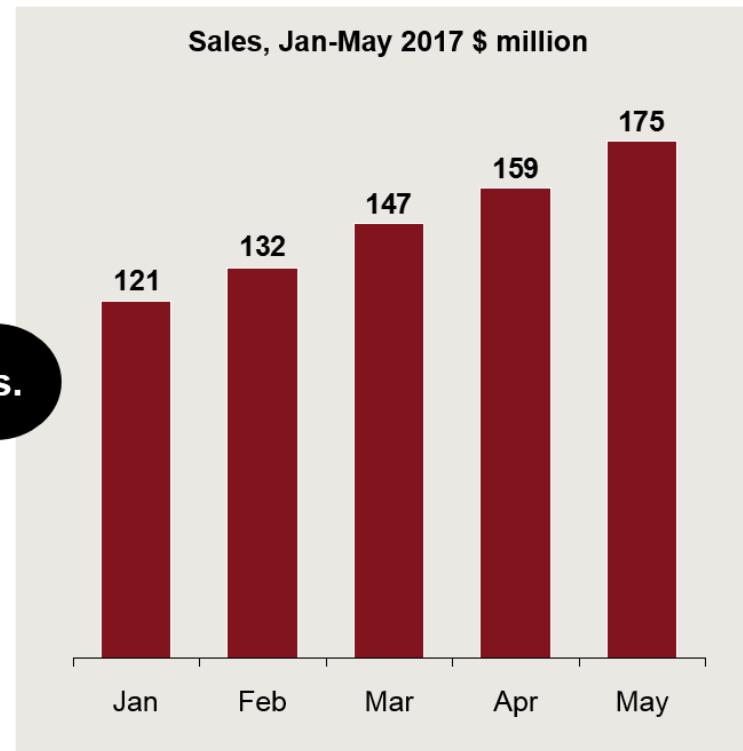
# 6. Možnosti vizualizace dat. Který způsob vizualizace použijete?

Sales have risen continually since the beginning of the year

Sales, Jan-May 2017 \$ million

	Product			total
	A	B	C	
Jan	88	26	7	121
Feb	94	30	8	132
Mar	103	36	8	147
Apr	113	39	7	159
May	122	40	13	175

Sales have risen continually since the beginning of the year

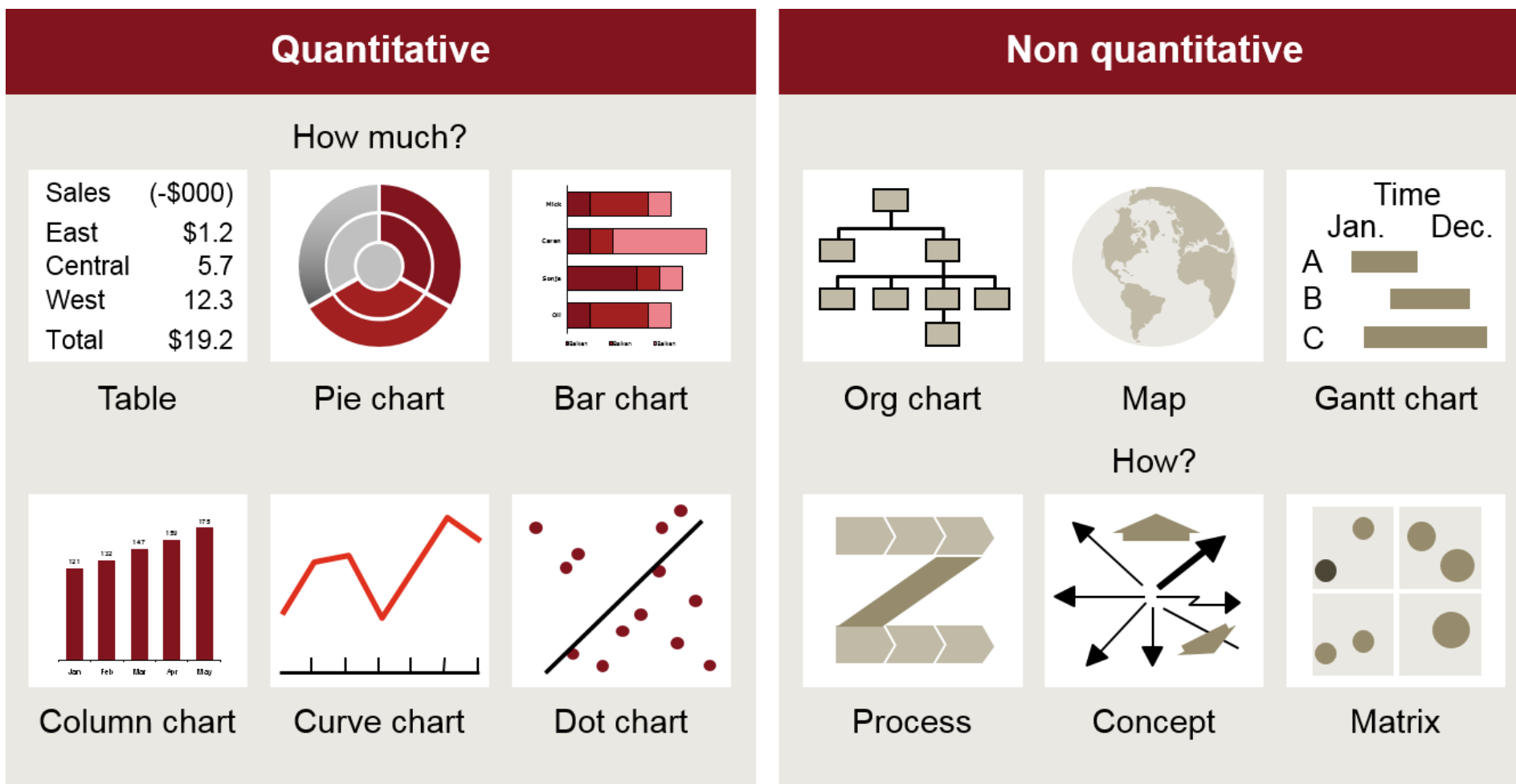


Vs.





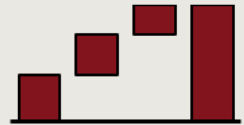
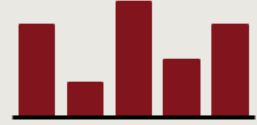
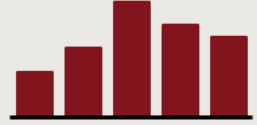

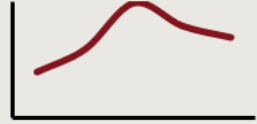
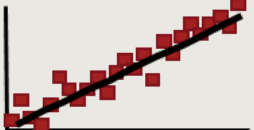
Zdroj: PwC (2018). *Effective Business Presentations with Powerpoint*. Placený kurz poskytovaný společností Coursera.



# 6. Možnosti vizualizace dat – příklady



# 6. Možnosti vizualizace dat – příklady

		Type of comparison				
		Structure	Ranking	Time series	frequency	Correlation
Type of chart	Pie					
	Bar					
	Column/ Waterfall					
	Curve					
	Dots					

Zdroj: PwC (2018). *Effective Business Presentations with Powerpoint*. Placený kurz poskytovaný společností Coursera.

# 7. Příprava na možné otázky publika

- Rozhodněte se, jaký prostor a kdy dáte publiku pro otázky. Vaše rozhodnutí závisí na tom:
  - Kolik času máte na prezentaci?
  - Jaká je úroveň znalostí a kognitivních schopností publika?
  - Jaké jsou požadavky a přání publika?
- Vždy záleží na vaší předběžné analýze publika (krok 1).

## Otázky v průběhu prezentace.

### Výhody

Zahájení žádoucího dialogu.

Publikum má možnost ovlivnit vývoj prezentace.

### Nevýhody

Přerušování myšlenek prezentujícího.

Zahájení nežádoucího dialogu.

# 7. Příprava na možné otázky publika

- Vyhněte se emocím při hloupé otázce z publika.
- Pozorně poslouchejte, vnímejte nonverbální projevy tazatele.
- Snažte se pochopit otázku hned napoprvé.
- Dobré je otázku zopakovat, čímž získáte čas na rozmyšlení odpovědi a ukážete, že jste otázku správně pochopil(a).
- Identifikujte důvody, proč byla otázka položena (objasnění něčeho dříve řečeného...).
- Otázky, které se netýkají prezentace, mohou znamenat nepochopení nebo nezájem publika.

## 7. Příprava na možné otázky publika

- V případě, že tazatel smíchá více otázek do jednoho dotazu, se pokuste je rozdělit a odpovědět postupně.
- V případě příliš dlouhé a nesrozumitelné otázky se tazatele zeptejte na rekapitulaci hlavní otázky.
- Případné nepravdivé informace v otázce slušně uveďte na pravou míru.
- Otázky, které zajímají jen jednoho nebo několik málo tazatelů, lze zodpovědět po skončení prezentace individuálně přímo zájemci (neplatí pro obhajobu BP/DP).
- V případě, že neznáte odpověď, přiznejte to a případně slibte, že odpověď dodatečně zjistíte a pošlete ji tazateli emailem (neplatí pro obhajobu BP/DP).

## 8. Vlastní prezentace – verbální a neverbální projevy

- Vhodné je si prezentaci vyzkoušet předem (diktafon, zrcadlo, kamera, kamarádi, rodina, ...).
- Získejte zpětnou vazbu na vaši prezentaci – náprava nedostatků do budoucna.
- Připravte si poznámky k prezentaci. Pokud je to možné, použijte je, ale ne tak, abyste ztráceli oční kontakt s publikem.
  - Poznámky krátké a výstižné, dobře čitelné, uspořádané, navázané na slidy.
- Poznámky vhodně strukturujte, abyste je nechtěně nepřeházeli a nezmatkovali.
- Při prezentaci postupujte od hlavního k podrobnému (od celku k detailu).

# 8. Vlastní prezentace - nonverbální komunikace

- Je důležité být maximálně autentický a přirozený.
- Gesta:
  - Používejte je jako podporu slovního projevu (na jednu stranu, na druhou stranu, za první, za druhé, ...).
  - Nezakládejte ruce, nedávejte ruce za záda nebo do kapes.
- Udržujte oční kontakt, ale nedívejte se nikomu dlouze a upřeně do očí.
- Tvařte se seriózně, příliš se neusmívejte, ani nemračte.
- Nemějte příliš dominantní ani submisivní postoj.
- Před důležitou informací i po ní udělejte v řeči krátkou pauzu (vyvolání napětí, čas na přemýšlení o informaci).

## 8. Vlastní prezentace – verbální komunikace


- Vhodný způsob verbálního projevu přitáhne pozornost publika a usnadní mu porozumění vašemu sdělení.
- Užitečné je nahrát svůj projev na diktafon.
- 3 důležité faktory:
  - **Rychlost řeči (tempo)** – střídání tempa – pomalejší při zdůraznění, rychlejší při dramatizaci. **Hlavně žádné drmolení ve snaze říci vše v časovém intervalu. Pozor na „éééé“, „hmmm“, „ufff“ a podobné zvuky.**
  - **Intonace.**
  - **Síla hlasu.** Záměrně příliš silný hlas autoritu nezajistí.



# Checklist pro kontrolu formálních a obsahových kritérií prezentace

Kritéria hodnocení	Splněno?
Dává celá prezentace smysl? Je vnitřně konzistentní (neodporují si sdělení)?	
Sdělují publiku nejdůležitější zjištění?	
Jsou všechny slidy soběstačné tak, aby byly samy o sobě pochopitelné?	
Je návaznost slidů logická?	
Jsou uvedeny podpůrné argumenty mých zjištění (fakta)?	
Je uvedena metodika a zdroje dat?	
Jsou nejdůležitější informace na slidech zvýrazněny a komentovány?	
Je text na slidech stručný a výstižný?	
Jsou formulace textu na slidech přesné?	
Vyjadřují hlavní nadpisy slidu hlavní obsah slidu?	
Obsahují grafy, tabulky a schémata formální náležitosti (nadpis, popisky os, jednotky, vysvětlivky, zdroj)?	
Jsou všechna čísla a text dobře čitelné? Jsou zobrazeny v jednotném stylu?	
Je text gramaticky správně?	
Jsou zkratky vysvětleny?	
Jsou slidy číslovány?	

# Jak má být strukturována prezentace k obhajobě bp/dp?

- 
- Název BP/DP, jméno autora, název školy, fakulty, datum prezentace.
  - Uvedení řešeného problému, otázek, hypotéz.
  - Uvedení cíle(ů) práce.
  - Představení použitých dat a přehled použitých metod včetně citačních odkazů.
  - Uvedení hlavních zjištění ze závěrů práce.
  - Argumentace jednotlivých závěrů pomocí vlastních analýz (vlastní analýzy lze podpořit převzatými pracemi jiných autorů).
  - Shrnutí vlastních přínosů práce.
  - Na zvláštních slidech si připravte odpovědi na otázky vedoucího a oponenta (nepočítá se do 10-15 minut vlastní prezentace).

# Užitečné zdroje

- Zykán, T. (2018). *Prezentace*.
  - Dostupné z: <http://www.tomaszykan.cz/prezentace>
- Silvis, C. A. (2015). *Presentation skills: one hour workshop [online]*. Boston, Massachusetts: Cengage Learning.
  - Dostupné po přihlášení do elektronických zdrojů VŠE:  
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/vsep/detail.action?docID=3136782>
- PwC (2018). *Effective Business Presentations with Powerpoint*. Placený kurz poskytovaný společností Coursera (49 USD za měsíc přístupu).



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons  
*Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*

