

Частное учреждение профессионального образования
КОЛЛЕДЖ СЦЕНИЧЕСКИХ ИСКУССТВ И ДИЗАЙНА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ**

Москва 2023

Разработчик:

Методические рекомендации «Методические рекомендации по подготовке презентации» утверждены на заседании Методического совета колледжа. Протокол № 01 от 19.01.2023 г.

Оглавление

1. Предисловие
2. Общие рекомендации по созданию презентации
3. Требования к оформлению презентаций
4. Общий порядок слайдов

Предисловие

Методические рекомендации отражают общие требования по созданию презентации, описаны требования к оформлению презентаций и ее структуре, а так же представлены некоторые правила использования MS Power Point для создания презентации.

Цель данного издания – обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, оформлению и качеству презентаций в целом. Презентация работы служит для убедительности и наглядности материала, выносимого на защиту. Презентация представляет собой документ, отображающий графическую информацию, содержащуюся в работе, достигнутые автором работы результаты и предложения по совершенствованию исследуемого объекта. Презентация содержит основные положения для защиты, графический материал — диаграммы, рисунки, таблицы, карты, чертежи, схемы, карты и т.д.

Методические рекомендации предназначены для обучающихся колледжа по специальностям среднего профессионального образования очной, очно-заочной и заочной форм обучения, а также для преподавателей, консультантов и рецензентов.

Общие рекомендации по созданию презентации

1. Компьютерная презентация должна содержать начальный и конечный слайды;
2. Каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим и последующим;
 - 2.1. Слайды необходимо пронумеровать;
3. Слайды должны содержать минимум текста (на каждом не более 10 строк, т.е. 30% от общего слайда);
4. Необходимо использовать графический материал: таблицы, схемы и диаграммы, они должны быть оформлены самостоятельно в общем стиле и дизайне презентации, а не скопированы из источников сети Интернет. Рисунки должны быть очищены от лишних надписей, хорошего качества, соответствовать тематике слайда;
5. Презентация может сопровождаться анимацией (где очень важно, чтобы информация появлялась частями), что позволит повысить эффект от представления доклада (но акцент только на анимацию недопустим, т.к. злоупотребление им на слайдах может привести к потере зрительного и смыслового контакта со слушателями);
6. Время выступления должно соответствовать количеству слайдов, из расчета, что презентация, включающая 10-15 слайдов (не более), требует для выступления около 7-10 минут.

Подготовленный для представления доклад должны отвечать следующим требованиям:

1. Цель доклада должна быть сформулирована в начале выступления;
2. Выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем;
3. Недопустимо читать текст со слайдов или повторять наизусть то, что показано на слайде;
4. Речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа;
5. Докладчик должен иметь зрительный контакт с комиссией;
6. После выступления докладчик должен оперативно и по существу ответить на вопросы.

Требования к оформлению презентаций

1. Продумайте план презентации заранее.

Не забывайте об обязательных разделах:

- Титульная страница (первый слайд);
- Введение;
- Основная часть презентации (обычно содержит несколько подразделов);
- Заключение.

2. Оформление презентации

Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Если выбрали для заголовков синий цвет и шрифт *Tahoma*, на всех слайдах заголовки должны быть синими и *Tahoma*. Выбрали для основного текста шрифт *Verdana*, то всех слайдах придётся использовать его.

3. Цвет фона презентации

На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования). Следите за тем, чтобы текст не сливался с фоном, учитывайте, что на проекторе контрастность будет меньше, чем у вас на мониторе.

Лучший фон – белый (или близкий к нему), а лучший цвет текста – черный (или очень тёмный нужного оттенка).

Допустимо использование для презентации прозрачного фона, взятого из шаблона.

4. Содержание и расположение текстовой информации, шрифт.

Используйте короткие слова и предложения.

Размер шрифта: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);

Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться);

Тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (*Arial*, *Tahoma*, *Verdana*), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем. Всегда указывайте заголовок слайда (каждого слайда презентации).

Шрифт в схемах, диаграммах, таблицах должен совпадать с основным шрифтом текста.

Подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста. Не рекомендуется использовать курсив.

Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Если на слайде имеется картинка, надпись должна располагаться под ней. Избегайте сплошного текста. Лучше использовать маркированный и нумерованный списки.

Тени/обводка текста уменьшают его четкость на большом экране без увеличения информативности. Не используйте тени только потому, что это выглядит «красивее».

Помните, что экран, на котором вы будете показывать презентацию, скорее всего, будет достаточно далеко от преподавателя. Презентация будет выглядеть меньше, чем на вашем экране во время создания.

5. Объем информации

Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации. Не полностью заполненный слайд лучше, чем переполненный.

Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Используйте короткие слова и предложения.

Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Информация, которая плохо воспринимается на слух, — даты, имена, новые термины, названия, — должна быть обязательно представлена на слайдах.

Стоит обратить особое внимание на проверку правильности написания текстов.

Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде. **ОДИН СЛАЙД=ОДНА МЫСЛЬ.**

6. Таблицы и диаграммы

Таблицы можно показывать в презентации, если количество ячеек насчитывает до 10. Иначе таблица будет громоздкой, и ваши слушатели вряд ли будут вчитываться.

Для упрощения восприятия цифры в таблицах желательно округлять, убирая сотые и десятые доли, если это не меняет смысла информации.

Столбчатая диаграмма — используется в случае, когда надо сравнить данные в двух плоскостях.

Круговая диаграмма — наилучшим образом подходит для данных в процентах.

7. Изображения

Если есть возможность — вставляйте картинки в стиле инфографики в каждый слайд. Визуализация значительно облегчает восприятие информации.

Графические изображения, фото должны сочетаться по стилю с текстом.

Векторная графика (диаграммы, схемы, графики) должна соответствовать основной цветовой схеме.

Вы должны объяснять все элементы графики и каждый блок текста.

Общий порядок слайдов

I. Титульный лист

Оформление титульного (первого) слайда

На титульном (первом) слайде должна быть отражена следующая информация:

1. Наименование учебного заведения;
2. Наименование дисциплины;
3. Тема работы (название);
4. Фамилия, имя и отчество докладчика (полностью);
5. Логотип учебного заведения только на титульном слайде.

Образец оформления титульного листа

КОЛЛЕДЖ СЦЕНИЧЕСКИХ ИСКУССТВ И ДИЗАЙНА

Предмет: Физическая культура

Тема: Олимпийское движение в России (20 век)

Обучающе(ей)гося

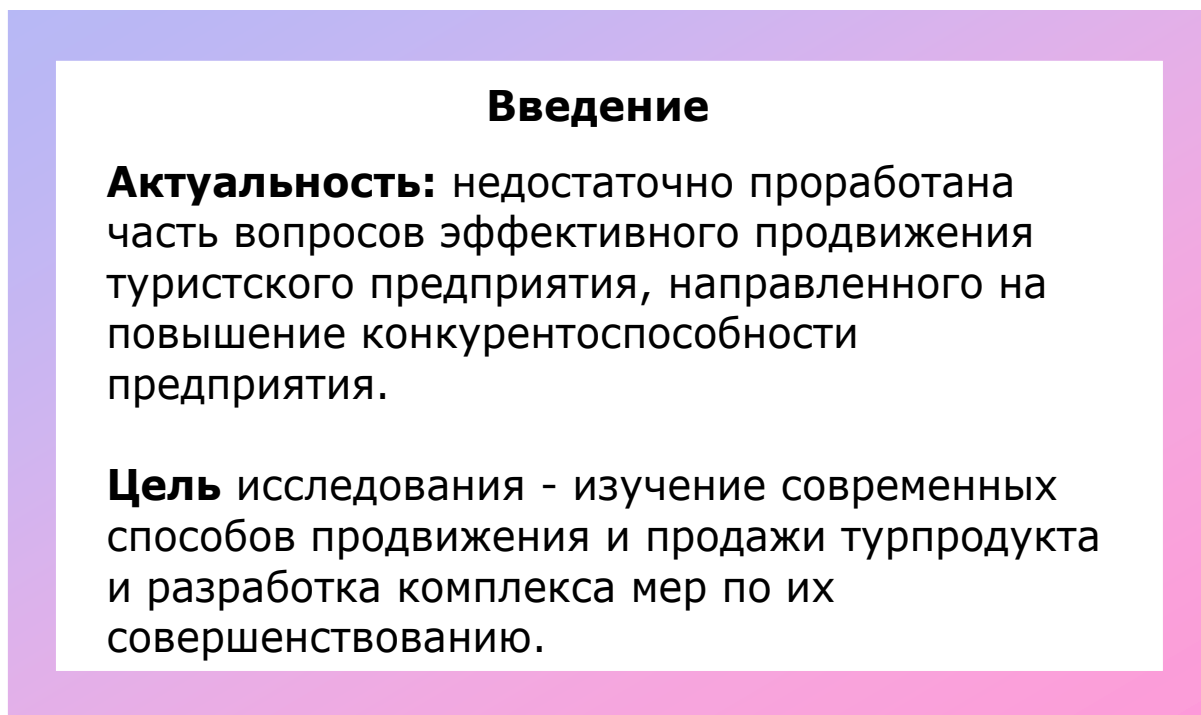
Фамилия Имя Отчество

Москва 2023

II. Введение

На слайде «Введение» должна быть обоснована актуальность выбранной темы, цель. Цель работы должна быть четко сформулирована.

Образец оформления введения



Введение

Актуальность: недостаточно проработана часть вопросов эффективного продвижения туристского предприятия, направленного на повышение конкурентоспособности предприятия.

Цель исследования - изучение современных способов продвижения и продажи турпродукта и разработка комплекса мер по их совершенствованию.

III. Основная часть

Основная часть – самая важная. В этой части необходимо рассказать о самых основных моментах в вашей работе (детали темы, проблемы, исследования, методика, расчеты, анализ экспериментальных данных, конкретные практические результаты в соответствии с видами профессиональной деятельности.)

Необходимо вставить слайд с указанием нормативно-правовой базы проведенного исследования.

Туристский продукт

- комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта, указанный в Федеральном законе от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»



НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА

1. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации»;
2. Федеральный закон от 28 декабря 2017 г. № 418-ФЗ «О ежемесячных платах семьям, имеющим детей»;
3. Приказ Минтруда России от 24 ноября 2014 г. № 940н «Об утверждении Правил организации деятельности организаций социального обслуживания, их структурных подразделений»;
4. Закон города Москвы от 9 июля 2008 г. (ред. от 19.12.2018) № 34 «О социальном обслуживании населения и социальной помощи в городе Москве»;
5. Закон города Москвы от 3 ноября 2004 г. № 70 «О мерах социальной поддержки отдельных категорий жителей города Москвы» и др.



***Для чего нужен СНИЛС?**

3. ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЛЬГОТ

СНИЛС применяется для формирования федеральных и региональных реестров граждан, имеющих право на государственные социальные услуги и льготы.



Например, на получение бесплатных лекарств, ежемесячной денежной выплаты, льготных путевок, в том числе детям.

Основные формы продвижения компании в сети Интернет

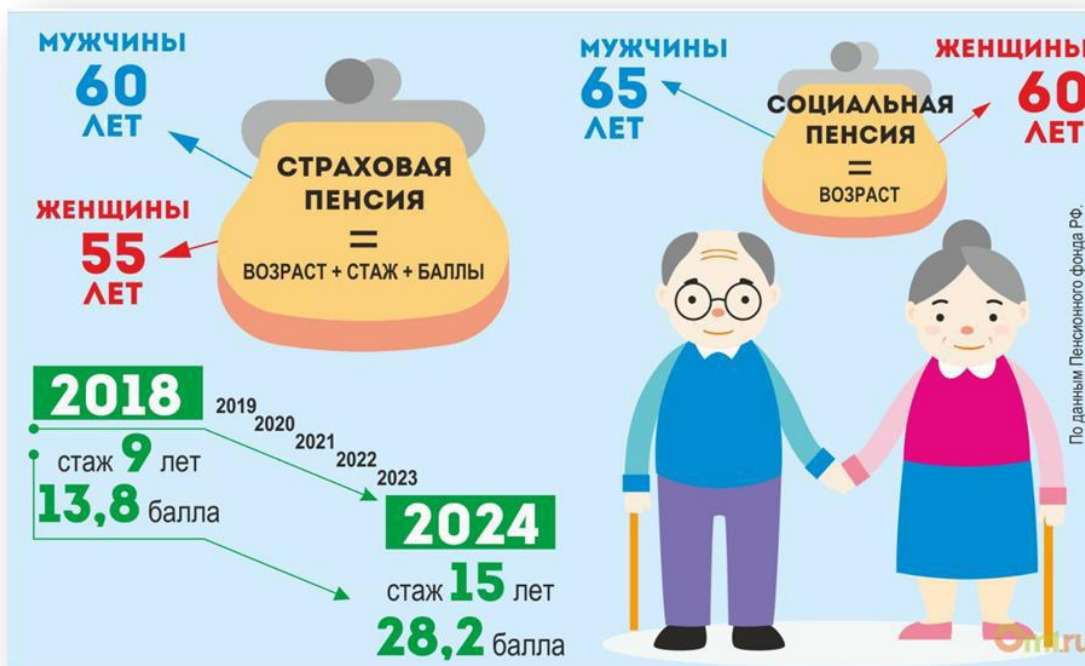
Форма	Виды инструментов	Особенности	Примеры использования
Сайт компании	Сайт компании, специализированные порталы, микросайт для сегментации аудитории	Основная цель сайта - предоставлять посетителям информацию о компании, бренде и ассортименте	Сайт: www.restoclub.ru/ портал: bigmir.net
Поисковый маркетинг	Поисковые системы, оптимизация сайтов для поисковых систем	Сделать, чтобы содержание сайта индексировалось поисковыми системами.	Реклама во время поиска в Google
Внешняя активность компании в Интернете	E-mail маркетинг, агрессивный маркетинг, RSS	Современные письма, созданные с помощью html содержат гиперссылки, которые перенаправляют клиентов на сайт	Рассылки компании Prestige club
Продвижение бренда	Баннерная реклама, контекстная реклама, реклама в социальных сетях, спонсорство и кросс-брендинг, аффилированный маркетинг	Рекламные объявления, которые размещаются на странице в зависимости от содержания страницы	Размещение на сайтах сравнений товаров, обзоров
Rich-media	Формат баннера нового поколения, представляющий собой интерактивные рекламные ролики, созданные по технологии Flash	Возможность использовать анимацию, звук, много ссылок интерактивных общений с пользователями	Примеры AdSpot, TopLine

Плановые показатели государственной программы РФ «Развитие здравоохранения»



Наименование показателя	Значения показателей							
	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Смертность от всех причин (на 1000 нас.)	13,0	12,8	12,5	12,3	12,1	11,8	11,6	11,4
Младенческая смертность (на 1000 родившихся живыми)	8,2	8,1	8,0	7,8	7,5	7,5	7,0	6,4
Смертность от болезней системы кровообращения (на 100 тыс. населения)	721,7	706,6	691,7	677,2	663,0	649,4	635,7	622,4
Смертность от дорожно-транспортных происшествий (на 100 тыс. нас.)	14,1	13,5	12,9	12,1	11,2	10,6	10,3	10,0
Смертность от новообразований (в том числе от злокачественных) (на 100 тыс. нас.)	201,2	199,4	197,8	196,1	194,4	192,8	191,4	190,0

Образец использования инфографики



Услуги ПФР в электронном виде



Основные потребительские свойства туристского продукта

- обоснованность - предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия, и соответствующими услугами, которые основаны на потребностях туристов;
- гибкость - умение продукта в системе обслуживания приспособиться к другому типу потребителя;
- простоту в использовании/применении;
- эффективность - достижение наибольшего и наилучшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;
- надежность – соответствует ли заявленное содержание продукта рекламе, достоверность предоставляемой информации;
- целостность – окончательная завершенность продукта, его способность целиком и полностью удовлетворить туристскую потребность;
- ясность - использование продукта, то на что он направлен, должно быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;

Информационное взаимодействие ПФР



Специфические особенности туристского продукта

1. Неосвязаемость - невозможность продемонстрировать, увидеть или попробовать до получения

2. Неразрывность производства и потребления - реализация услуги формируется только по актуальному запросу

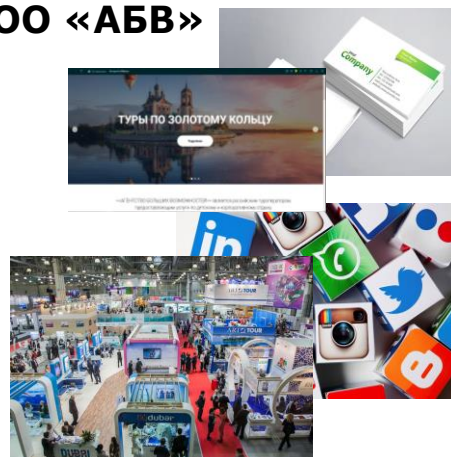
3. Изменчивость - качество услуги зависит от того кто, когда, где и как предоставляет услугу

4. Неспособность к хранению - услуга актуальна в режиме реального времени и не имеет свойство к "складированию, накоплению"

Анализ способов продвижения и продажи используемых в ООО «АБВ»

Рекламная кампания ООО «АБВ» - «Агентство Больших Возможностей» включает в себя следующие мероприятия:

1. -Баннеры
2. -Визитки компании
3. -Рекламу в социальных сетях
4. -Участие в ежегодно проходящий международных и региональных выставках по туризму
5. -Наличие официального сайта с подробной информацией о туроператоре
6. -А также рассылки по актуальным предложениям в мессенджерах и email-рассылки
7. -Сарафанное радио



IV. Заключение (Выводы исследования)

Введение и заключение могут быть очень схожими. Разница в том, что во введение вы описываете основные положения, понятия, и вопрос, на который вы ищете ответ. А в заключении вы должны описать результаты вашей работы, **т. е. выводы исследования.**

Перечислите основные, наиболее важные результаты работы. Поясните, что вы считаете самым важным и почему. Каким результатом можно было бы гордиться. Остановитесь на нём подробно. Расскажите, как он был получен, укажите его характерные особенности.

Образец оформления заключения

Выводы исследования

1. На сегодняшний день упор следует делать на развитие и продвижение внутреннего туризма, создавая новые направления путешествий, повышая квалификацию менеджеров компаний и развивая современные способы продвижения турпродукта.
2. Необходимо установить индивидуальные страховые тарифы для страхователей.
3. Необходимо расширить полномочия страховщика в сфере социального страхования, а также наделить страхователя правом обжаловать решения комиссии.

V. Финальный слайд

Сделайте последний слайд с благодарностью за внимание!

Образец оформления финального слайда



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!