

VEŘEJNÁ PREZENTACE A RÉTORIKA

Ing. Bc. Hana Svobodová
Centrum psychosociálních a manažerských aktivit (CERPAMA)

Jaro 2025



VYUČUJÍCÍ A CÍL PŘEDMĚTU

hana.svobodova@cevro.cz nebo h.svobodova@volny.cz

Konzultační hodiny po dohodě, ozvěte se mailem.

- **Osvojit si základ praktických prezentačních dovedností.**
- **Získat doporučení jak dále utvářet své prezentační dovednosti.**

ZÁPOČET

Osobní přednesení prezentace v rozsahu 5-6 minut.

Prezentace může (ale nemusí) být doprovázena powerpointovými snímky, použitím flipchartu či tabule.

Téma prezentace student zvolí (a upřesní si kontext) sám v rámci z těchto okruhů:

- Návrh nového volitelného předmětu pro náš studijní obor a zdůvodnění jeho potřeby
- Můj pracovní (studijní) obor a zdůvodnění toho, proč by se mu měli věnovat i druzí lidé
- Zhodnocení vlastního osobního rozvoje v posledních 3 letech
- Seznámení spolupracovníků s dílčí změnou pracovního postupu
- Představení a zdůvodnění zvoleného tématu bakalářské/diplomové práce

Upřesnění tématu je možné konzultovat s vyučujícím. Pokud má student zájem prezentovat na jiné téma, je nutno projednat a odsouhlasit konkrétní téma s vyučujícím.

LITERATURA

HOSPODÁŘOVÁ, I.: Veřejná prezentace, EXPERTIS, 1997

HIERHOLD, E.: Rétorika a prezentace, GRADA, 2005

MAŘÍKOVÁ, M.: Rétorika, Professional publishing, 2002

ŠPAČKOVÁ, A.: Moderní rétorika, GRADA, 2003

MEDLÍKOVÁ, O.: Přesvědčivá prezentace, Grada, Praha 2010

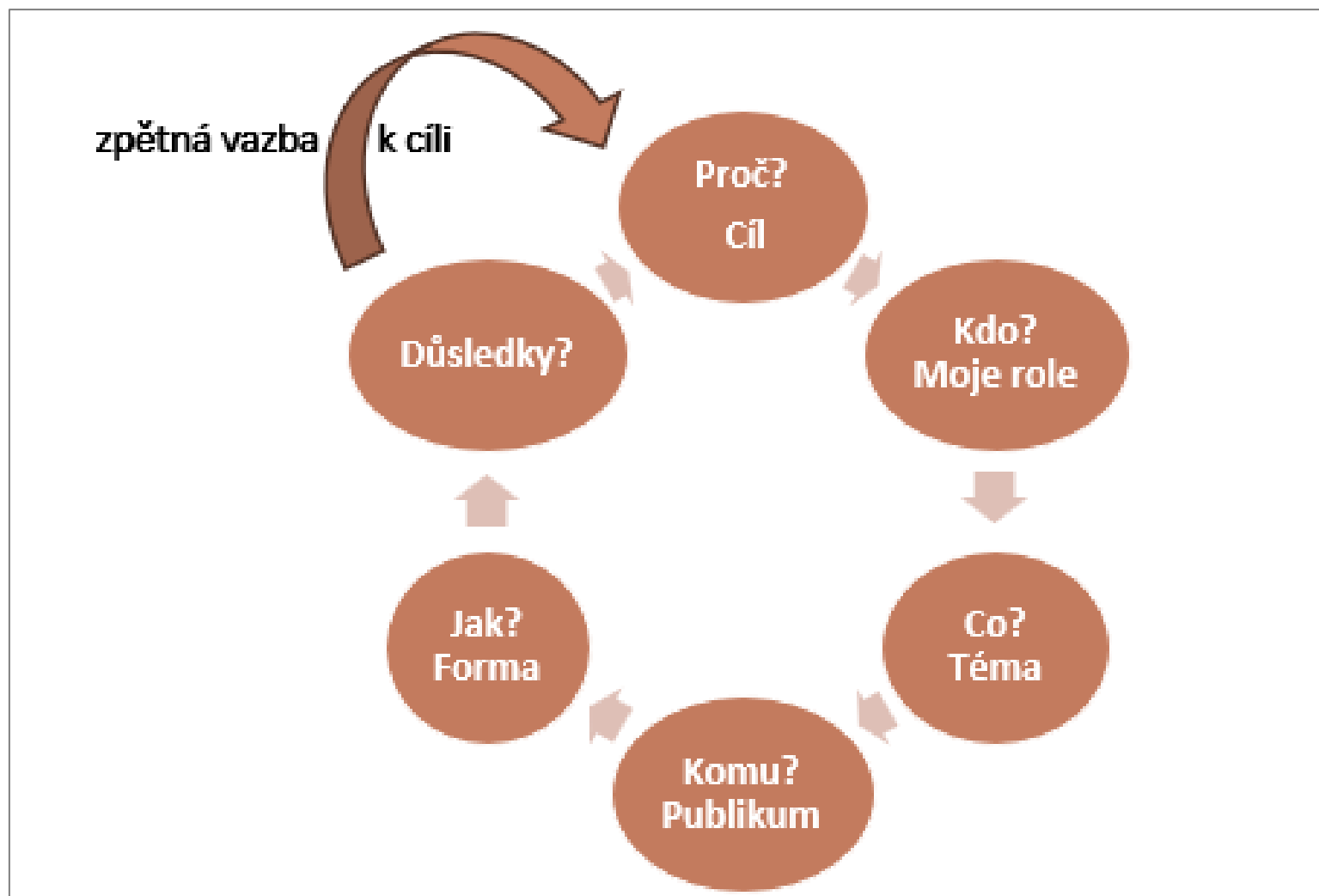
HELCL, Zdeněk. Jak zvládnout 77 obtížných situací při prezentacích a přednáškách: osvědčené rady a příklady z praxe. Grada, Praha 2013.

KERMODE, Robin. Mluvte tak, aby vás druzí poslouchali: 7 kroků k sebevědomému a autentickému projevu před publikem. Grada, Praha 2018

PROGRAM 1. ŘK

- Základní pojmy
- Příprava prezentace
- Analýza publika
- Struktura – typy prezentací
- Vnímání, pozornost, paměť
- Přesvědčivost
- Vizualizace

SCHÉMA PŘÍPRAVY PREZENTACE



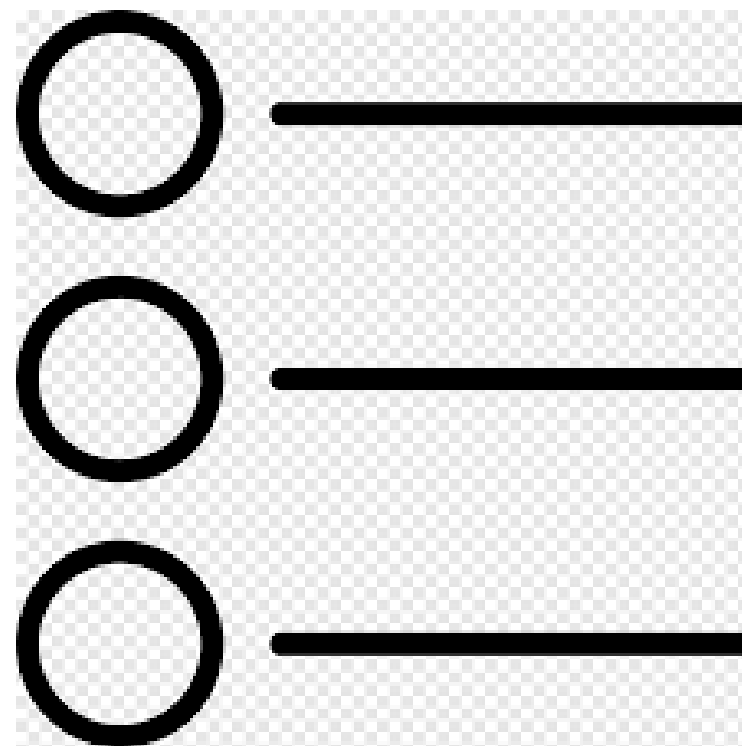
ANALÝZA PUBLIKA

- Muži / ženy / smíšená skupina
- Odborníci / laici
- Věkově mladší / věkově starší
- Manažeři / specialisté
- Co je spojuje či rozděluje
- Vztah k tématu - pozitivní / negativní



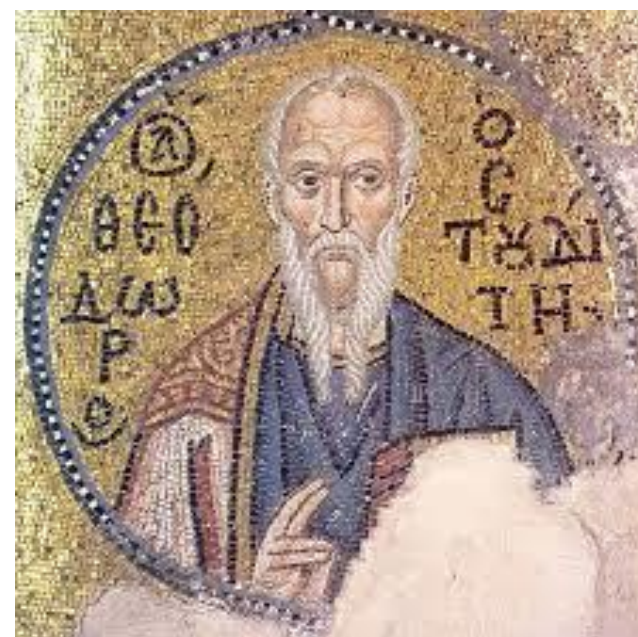
INFORMATIVNÍ PREZENTACE

- POP
- Úvod – organizace a hlavní body
- Stať – rozbor hlavních bodů
- Shrnutí
- Nejdůležitější myšlenky
- Co vyplývá z hlavních bodů
- Závěr – poděkování – diskuse



STRUKTURA Z 8. STOL.

- Úvod – cíl a důvody vystoupení
- Vyprávění – sdělení faktů
- Upřesnění – souvislosti faktů
- Argumentace – důkazy
- Reagování na námitky
- Závěr a shrnutí



Teodoros z Byzantia

STRUKTURA - ÚVOD

- Pozdrav
- Oslovení
- Představení
- Úvod do tématu
 - Důvod a téma setkání
 - Hlavní užitek pro posluchače
 - Historka, vzpomínka, motto

JAK ZAČÍT ?

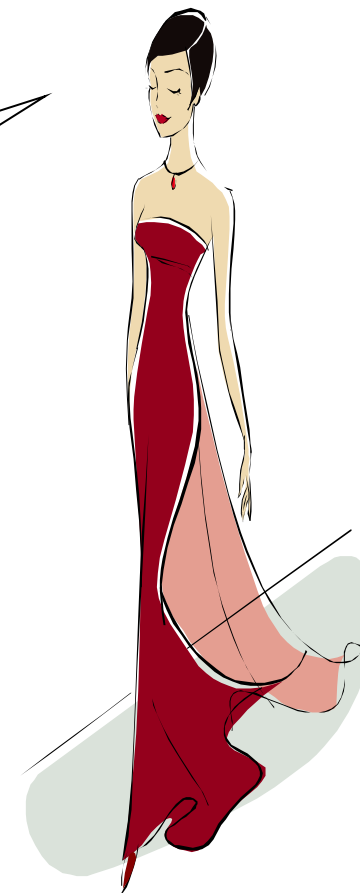
- Název prezentace – užitek pro posluchače
- Téma a hlavní myšlenky, motto
- Historka
- Neformálně
- Otázkou
- Citátem
- Anekdotou, vtípkem
- Uznáním („národní barvy“)
- Fakty a statistikou
- Šokem, rozporem
- Aktuálním příběhem



STAŤ – HLAVNÍ SDĚLENÍ

- Informace
- Tvrzení
- Argumenty
- Příklady, zkušenosti

štíhlá stať
=
dobrá stať



SHRNUTÍ A ZÁVĚR

- Znovu oslovení publika
- Hlavní myšlenka – připomenutí užitku
- Poselství či apel
- Teplé lidské slovo – pozitivní závěr

Poděkování za pozornost

Dotazy



ELEVATOR PITCH

Struktura

- Háček : přitáhne pozornost
- Hodnota: co nabídka přináší, co předkládám a co to dělá ve vztahu k potřebám posluchače
- Důkazy: popsat minulý úspěch nebo statistiku, která dokládá užitek
- Rozlišovací prvek - unikátní hodnota: co vás odlišuje od konkurence, co dělá vaše řešení jedinečným
- Výzva k akci: uzavřete výzvou, jako je například žádost o schůzku nebo další jednání

Poznejte pokud možno předem potřeby svého posluchače.

PREZENTACE JAKO „POHÁDKA“

Zvyšuje to zapamatovatelnost a přesvědčivost prezentace

1. Byl jednou jeden ...
2. A ten dělával
3. Ale najednou se stalo ...
4. Takže musel ...
5. A nakonec to dopadlo ...



PREZENTACE JAKO PŘÍBĚH

1. **Propojení s diváky** – vytvoříme si vazbu na základě podobnosti, něčeho společného, z čehož vzniká sympatie
2. **Vyprávění příběhu** – co se mi stalo, co jsem se domníval/a, že platí ...
3. **Vysvětlení myšlenky** – o co mi jde
4. **Přesvědčení o její důležitosti** – proč je nutné se tím zabývat
5. **Překvapení** – nečekané odhalení pointy, často v rozporu s bodem 2.



PREZENTACE VĚDECKÝCH ZJIŠTĚNÍ – IMRAD

Než začneme, zodpovězme si:

- Co bylo důvodem?
- Co jsme dělali a jak?
- Co jsme zjistili?
- Jaký to má význam?

Introduction

Methods

Results

And

Discussion

I
M
R
A
D

SEBEPREZENTACE PRO NETWORKING

Jde o vytváření sítě vztahů a získávání kontaktů

- Odvolat se na známou osobu či instituci
- Prezentovat svou hodnotu – čím mohu pomoci
- Příjemná naléhavost – co učiním pro setkání s ním
- Můstek, který zajistí kontinuitu v jednání



PŘESVĚDČOVACÍ PREZENTACE

Problém ⇒ řešení

- POP
- Popis situace
- Negativní důsledky neřešení
- Návrh řešení
- Pozitivní důsledky řešení (užitek !)
- Návrh akce
- Shrnutí, závěr, poděkování

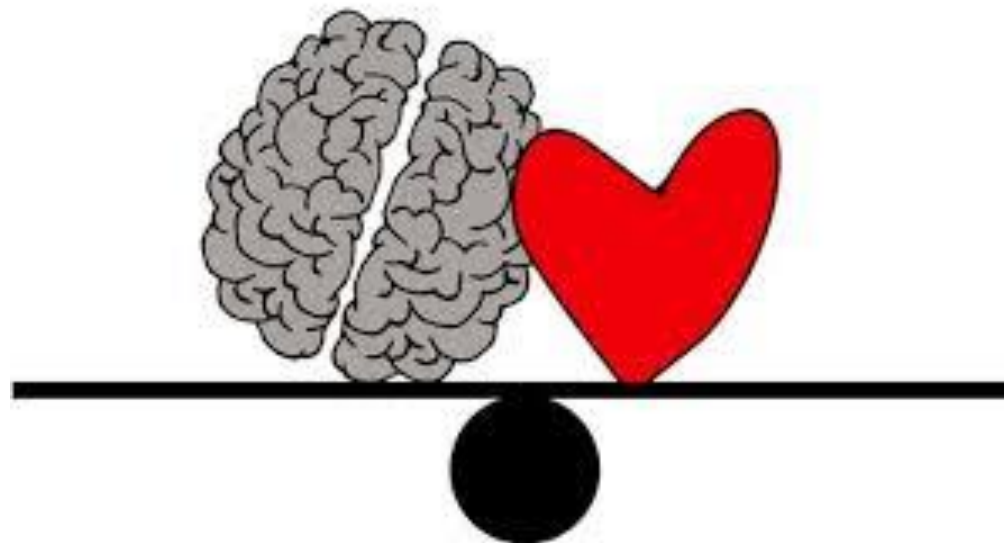


PŘESVĚDČOVÁNÍ

- nabídka nových či jiných skutečností, které mohou změnit dosavadní názor

Založeno na:

- sebedůvěra
- empatie
- potřeby druhého
- image prezentátora
- verbální obratnost prezentátora

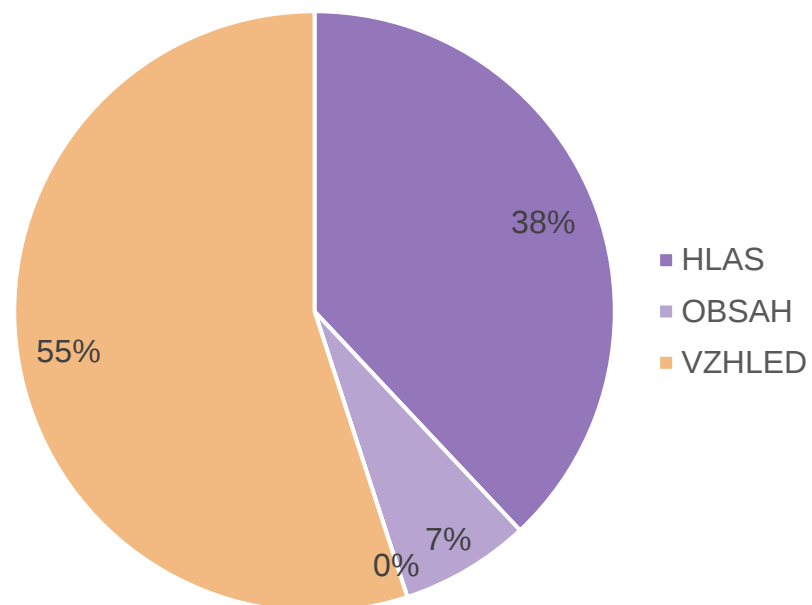


JAK ARGUMENTOVAT ?

- Pro x proti
- Nové a silné argumenty
- Racionální + emocionální
- Odhalit své přesvědčení
- Zaangažování
- Srozumitelnost
- Společný zájem
- Opakování
- Předběhnutí námitky



VNÍMÁNÍ A POZORNOST



První dojem

Oživení pozornosti

JAK UPOUTAT POZORNOST?

Prostředky

- Řečové
- Hlasové
- Vizuelní



PAMĚŤ

po
24 h.

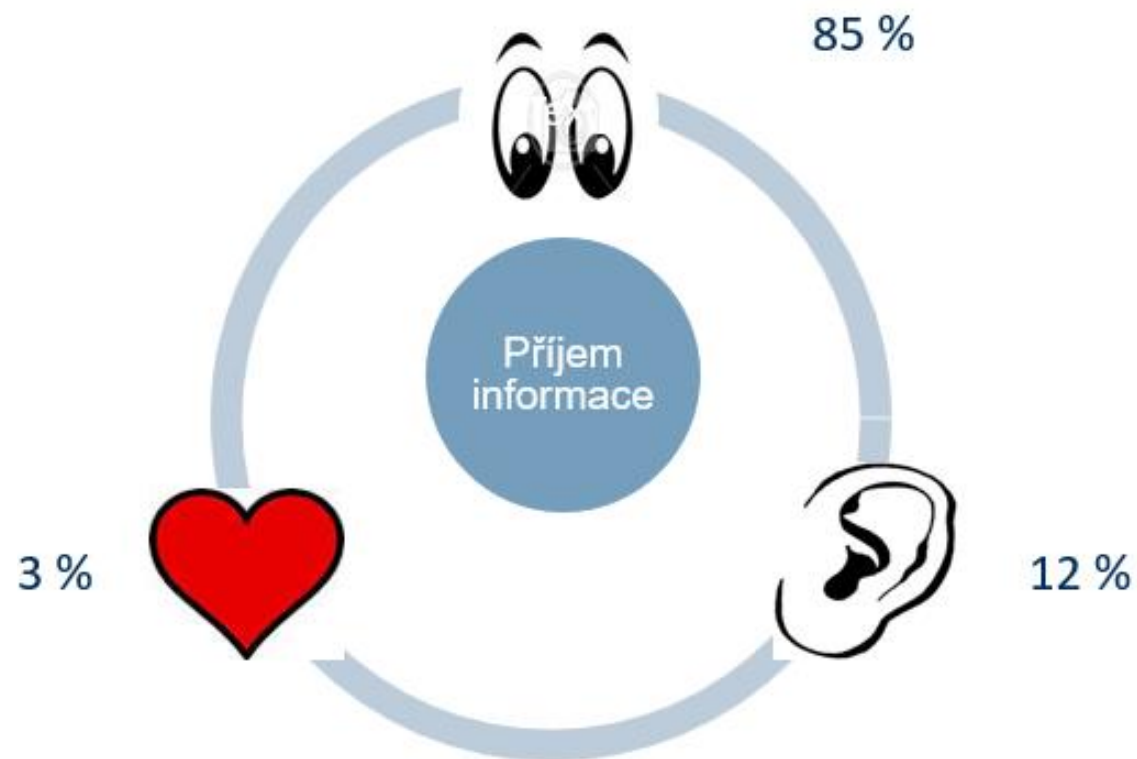
50% informace

po
48 h.

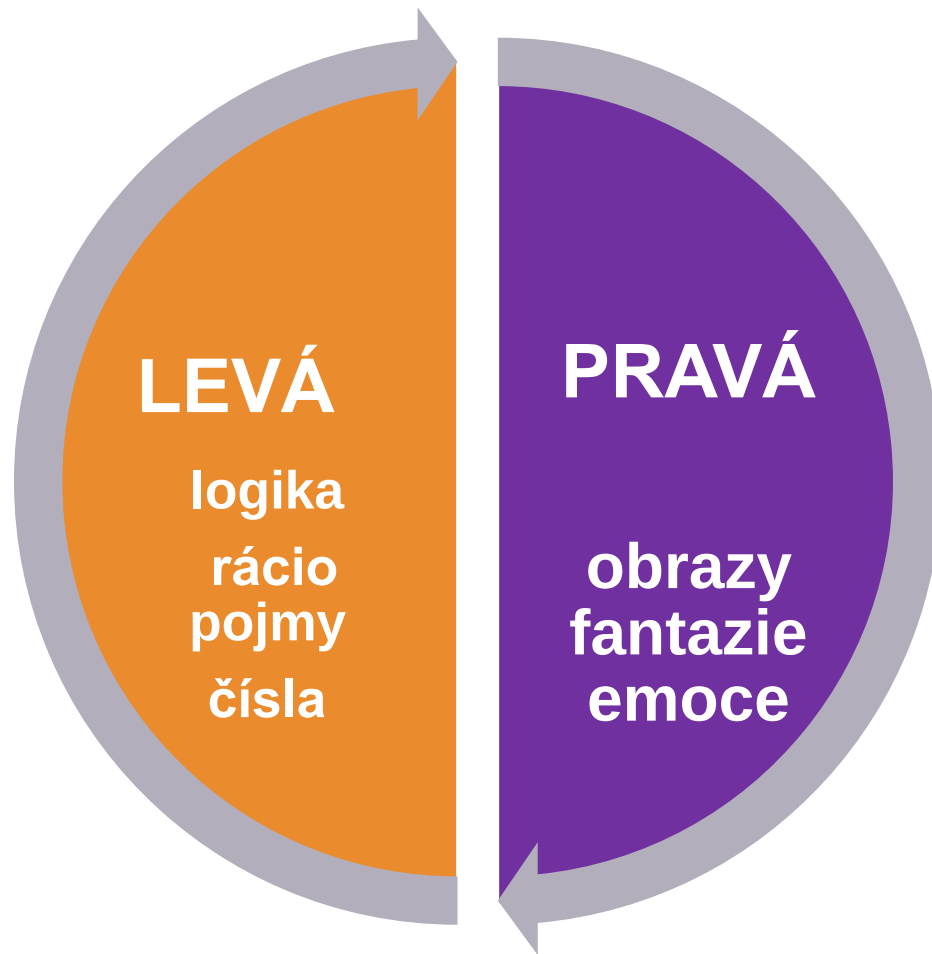
25% informace

SENZORICKÉ TYPY

- Vizuální
- Auditivní
- Pocitový (kinestetický)



MOZKOVÉ HEMISFÉRY



VÝZNAM VIZUÁLNÍCH POMŮCEK

- Upoutá pozornost
- Usnadňuje pochopení
- Šetří čas
- Zvyšuje množství a kvalitu zapamatovaného
- Podporuje interakci s publikem

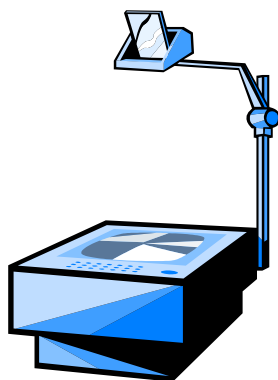
60.000x rychleji

TYPY VIZUÁLNÍCH POMŮCEK

Technika
Tabule
Flipchart
Vizualizér
Dataprojektor / zpětný projektor
CD přehrávač
PC / tablet / telefon

Nosič
Snímky / folie
Schémata a grafy a symboly
Obrázky – kreslené
Fotografie / video
Modely a vzorky
Tištěné materiály

VÝHODY A NEVÝHODY POMŮCEK



PREZENTACE V POWERPOINTU

Prezentace

- Zobrazení jen klíčových myšlenek (v odrážkách), nikoliv textů
- Označte novou stránku nadpisem pro lepší orientaci posluchačů
- Zobrazujte důležité věci ve směru čtení (zleva doprava a shora dolů), nejméně vnímaný je levý dolní roh snímku
- Nejdůležitější argument uvádějte až jako poslední (nejlépe vpravo dole), tuto informaci si posluchač nejspíše zapamatuje
- Nepoužívejte kurzívu a podtrhávání – jsou při projekci málo čitelné
- Použití dostatečně velkých písmen (nadpis 44, odrážky 38 - tj. 6 odrážek na snímek), u flipchartu a velké skupiny by písmeno mělo být minimálně 5 cm vysoké a silným fixem

Prezentace

- Přehlednost
- Vizualizace
- Hesla
- Vzhled

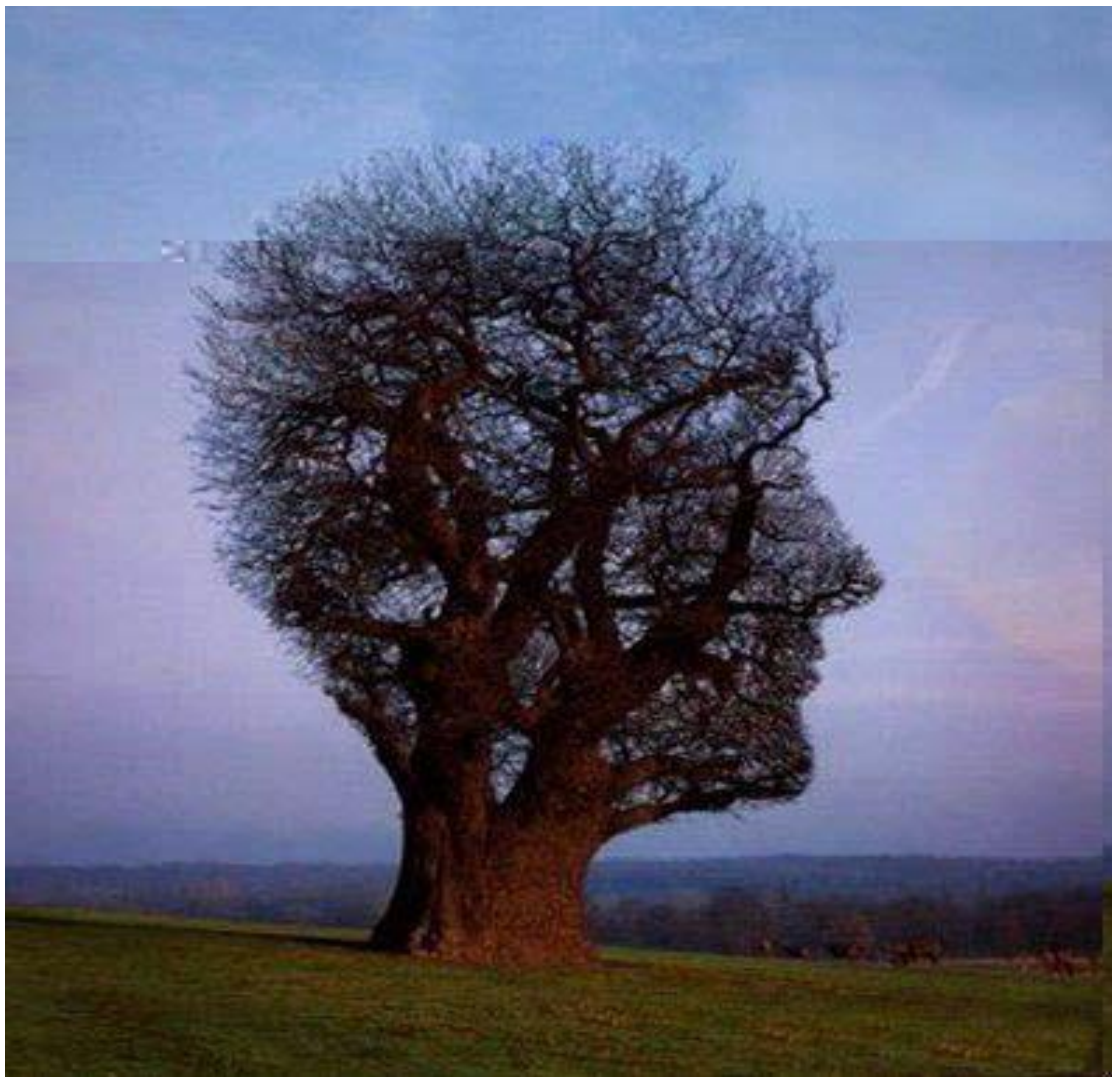
PREZENTACE V POWERPOINTU II.

Obrázek vyjadřující myšlenku



PREZENTACE V POWERPOINTU II.

Košatý člověk



PREZENTACE V POWERPOINTU III.

- **Písmo – nadpisy 44**
- písmo 38, 6 odrážek/strana
- směr čtení → ↓
- pravý dolní roh !
- *kurzíva a podtrhávání*
- VELKÉ PÍSMO / patkové

PREZENTACE V POWERPOINTU IV.

Barvy

Kontrast pozadí x písmo

Max. 3 barvy

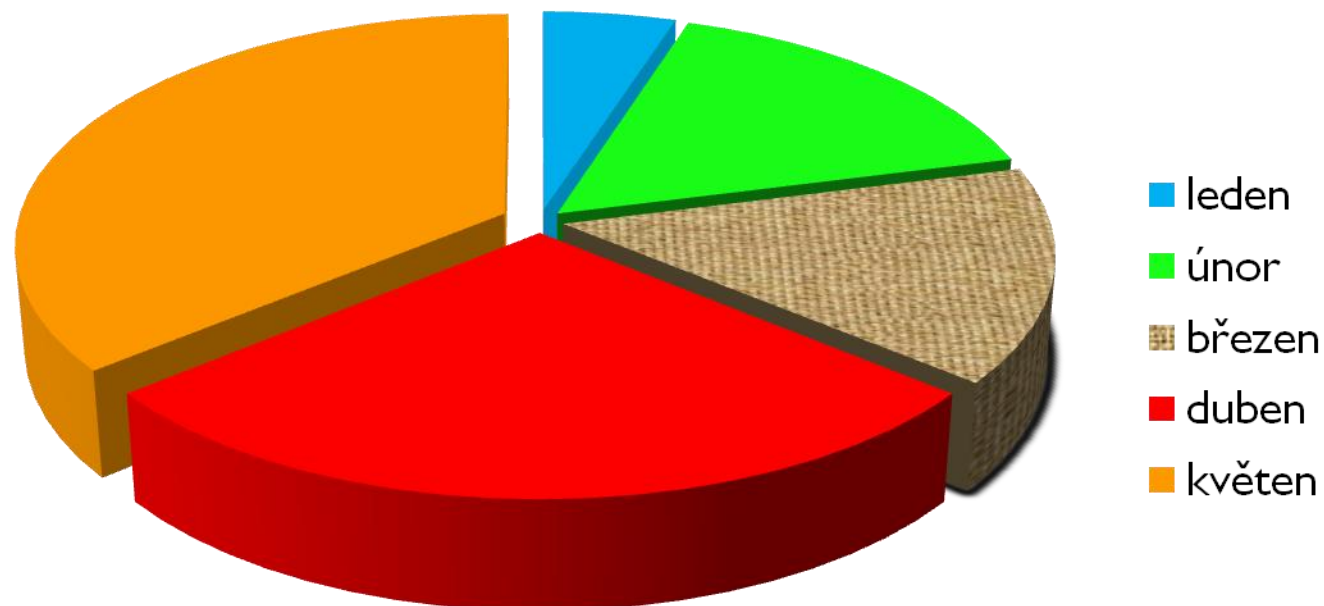
Černá a modrá – základní barva písma

Barvit a nešrafovat

PREZENTACE V POWERPOINTU V.

Graf

Prodej



PREZENTACE V POWERPOINTU VI.

Tabulka

Zpět

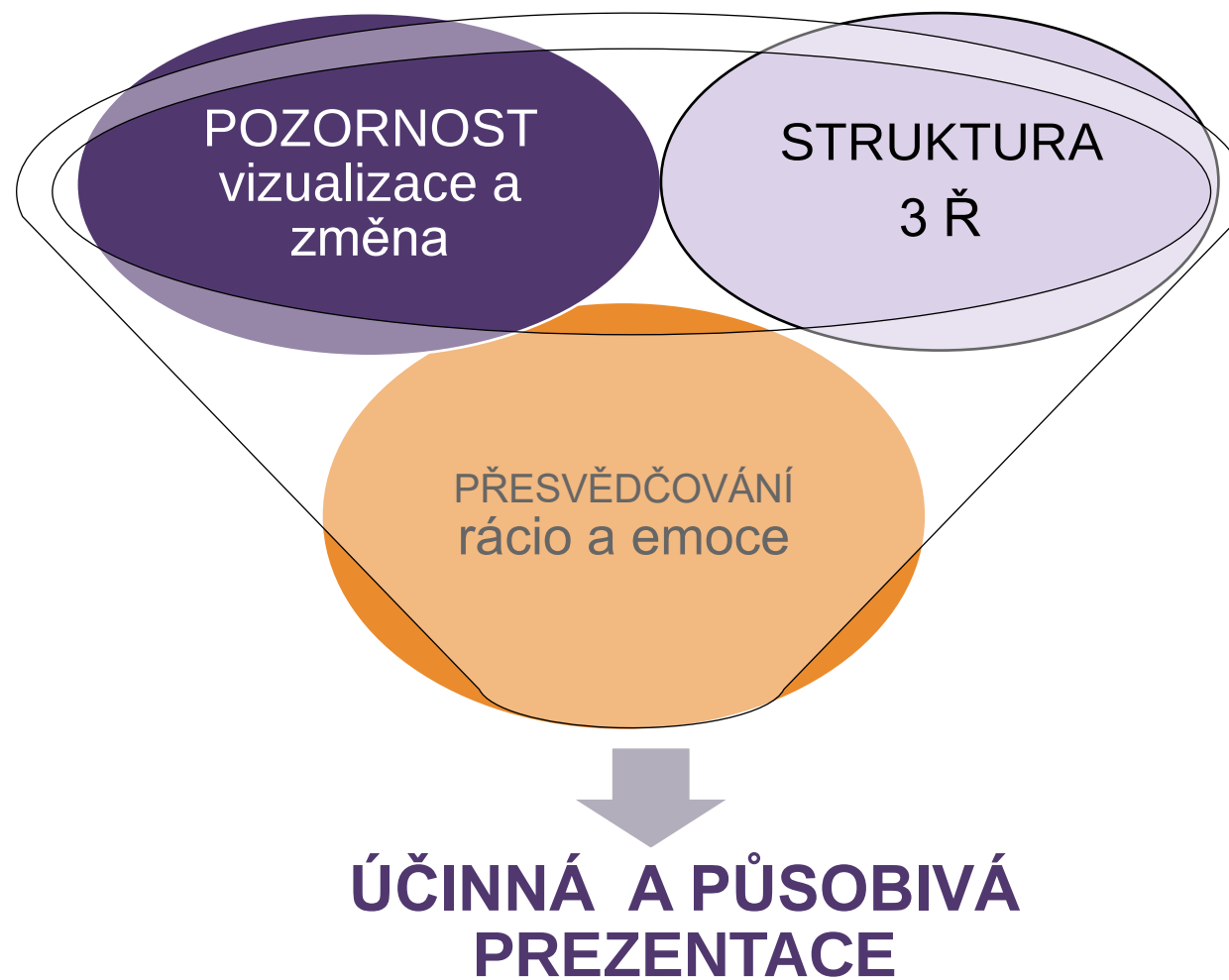
Statistika kampaně 2006 - jednotky																			
Obchodník : Landovský Petr		Počet		Objem GWh	Cena Kč/MWh	Sjednané		Marže tis.Kč	Objem GWh	Cena Kč/MWh	Plánovaná		Marže tis.Kč	Objem MWh	Cena Kč/MWh	Plnění		Marže Kč/MWh	Kč
ICO	OM	Tržby tis.Kč	Kč/MWh			Tržby tis.Kč	Kč/MWh				Tržby tis.Kč	Kč/MWh				Tržby tis.Kč	Kč		
Obchodně (vstupuje do plánu)		28	50	252,327	1 248,18	314 950,163	48,39	12 210,403	250,031	1 258,15	314 575,575	54,30	13 575,646	100,92%	99,21%	100,12%	89,12%	89,94%	
nekontaktně nabídka smlouva		24	37	218,935	1 218,32	266 732,222	41,40	9 063,857	216,639	1 233,19	267 155,648	54,41	11 786,655	101,06%	98,79%	99,84%	76,09%	76,90%	
Jednotarif sezona																			
Jednotarif		1	4	7,883	1 334,56	10 519,731	194,96	1 536,791	13,176	1 311,59	17 281,964	169,69	2 235,956	59,82%	101,75%	60,87%	114,89%	68,73%	
Dvoutarif sezona		16	26	182,494	1 201,38	219 244,165	32,70	5 967,554	172,350	1 215,00	209 405,218	43,27	7 456,717	105,89%	98,88%	104,70%	75,58%	80,03%	
Dvoutarif týden		4	4	1,728	1 660,94	2 870,584	271,27	468,826	2,438	1 569,59	3 826,869	186,01	453,513	70,89%	105,82%	75,01%	145,84%	103,38%	
Flexi tarif - I																			
Flexi tarif - II		3	3	26,830	1 270,86	34 097,742	40,65	1 090,686	28,674	1 277,85	36 641,598	57,21	1 640,469	93,57%	99,45%	93,06%	71,06%	66,49%	
Flexi tarif - III																			
Flexi tarif - IV																			
Akumulace bussiness																			
Přímotop bussiness																			
Výkonový tarif																			
Dle využití																			
ztracen		4	13	33,392	1 443,98	48 217,942	94,23	3 146,546	33,392	1 420,08	47 419,927	53,57	1 788,991	100,00%	101,68%	101,68%	175,88%	175,88%	
Obchodní příležitost (nevstupuje do plánu)		4	5	72,136	1 216,95	87 785,580	22,01	1 587,348	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
nekontaktně nabídka smlouva		1	1	0,025	1 314,00	32,850	13,14	0,329	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Jednotarif sezona									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Jednotarif									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Dvoutarif sezona									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Dvoutarif		1	1						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Dvoutarif týden									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Flexi tarif - I									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Flexi tarif - II									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Flexi tarif - III									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Flexi tarif - IV									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Akumulace bussiness									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Přímotop bussiness									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Výkonový tarif									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Dle využití									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ztracen		3	3	72,111	1 216,92	87 752,730	22,01	1 587,019	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Stav plnění k 15.02.2006 08:31		25	38	218,935	1 218,32	266 732,222	41,40	9 063,857	250,031	1 436,85	314 575,575	62,01	13 575,646	87,56%	84,79%	84,79%	66,77%	66,77%	
Smluvně k 15.02.2006 08:31		25	38	218,935	1 218,32	266 732,222	41,40	9 063,857	250,031	1 436,85	314 575,575	62,01	13 575,646	87,56%	84,79%	84,79%	66,77%	66,77%	

PREZENTACE V PROSTORU A ČASE

- Technika
- Světlo, teplo
- Umístění prezentátora
- Ukazování
- Délka prezentace
- Čas prezentace
- Poznámky prezentátora



SHRNUTÍ



DĚKUJI ZA POZORNOST
PROSÍM VAŠE DOTAZY ...

Jungmannova 17 | 110 00 Praha 1 | Česká republika
cevro.cz