

# **Prezentace, koncepty jejich tvorby a využití v informačních procesech a ve školství**

Tomáš Janů

---

Bakalářská práce  
2011

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav managementu a marketingu  
akademický rok: 2010/2011

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tomáš JANŮ**  
Osobní číslo: **M08085**  
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a ekonomika**

Téma práce: **Prezentace, koncepty jejich tvorby a využití  
v informačních procesech a ve školství**

Zásady pro vypracování:

**Úvod**

**I. Teoretická část**

- Zpracujte teoretické poznatky týkající se prezentací, jejich SW a HW požadavků a požadavků na prezentujícího.

**II. Praktická část**

- Identifikujte a zhodnoťte metody a trendy využívané při tvorbě prezentací.
- Analyzujte současný stav využívání prezentací v informačních procesech a ve školství, navrhněte zlepšení.

**Závěr**


Rozsah bakalářské práce: **40 stran**  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- [1] ANDRÝSKOVÁ, Jana. Microsoft PowerPoint: podrobná uživatelská příručka. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 400 s. ISBN 978-80-251-3076-6.
- [2] ATKINSON, Cliff. Působivé prezentace v Powerpointu 2007. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 334 s. ISBN 978-80-251-2119-1.
- [3] BECK, Gloria. Zakázaná rétorika: 30 manipulativních technik. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 266 s. ISBN 978-80-247-1743-2.
- [4] MEDLÍKOVÁ, Olga. Přesvědčivá prezentace: špičkové rady, tipy a příklady. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. 144 s. ISBN 978-80-247-3455-2.
- [5] SAK, Petr. Člověk a vzdělání v informační společnosti: vzdělávání a život v komputerizovaném světě. 1. vyd. Praha: Portál, 2007. 296 s. ISBN 978-80-7367-230-0.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. PhDr. Milan Mikuláščík, Ph.D.**  
Ústav managementu a marketingu  
Datum zadání bakalářské práce: **4. dubna 2011**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **20. května 2011**

Ve Zlíně dne 4. dubna 2011

  
prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
*děkanka*



  
Ing. Pavla Staňková, Ph.D.  
*ředitel ústavu*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1</sup>;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí:
  - bez omezení;
  - pouze prezenčně v rámci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2</sup>;
- podle § 60<sup>3</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

<sup>1</sup> zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevyjádřeně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

<sup>3</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60<sup>4</sup> odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

17.5.2011

<sup>4</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*
- (3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přitlačuje k vyšší výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

## **ABSTRAKT**

Prezentování je o poznávání nových konceptů tvorby, překonávání hranic, jak osobních, tak i profesních. Velkou roli v budování těchto i podobných názorů hraje škola. Již na středních i základních školách jsme téměř nuceni prezentace tvořit, tak proč je dobrých prezentujících jen hrstka?

Klíčová slova: prezentace, prezentující, tvorba prezentací, koncepty tvorby, prezentace a střední školy, jak prezentovat

## **ABSTRACT**

If we can't find any new concepts to create our presentation then we are falling down toward to the scum of the Earth. Our creativity has stopped at the "my first presentation" level. We get first impulses at school. We are "forced" to create at least one presentation in our live. So I have to ask: "Only few presentations of all made every day are really good. Why?"

Keywords: presentation, presentation creation, creative presentation, presentations in school, presentation concepts, how to present

Rád bych poděkoval mému vedoucímu práce za konzultace při tvoření této práce a také pracovníkům Knihovny UTB ve Zlíně. Dále bych chtěl poděkovat všem učitelům, s kterými jsem měl tu možnost diskutovat o mých myšlenkách a názorech na danou problematiku.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

*Důkazem vysokého vzdělání je schopnost mluvit o největších věcech nejjednodušším způsobem.*

David Hume

## OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
<b>1 PREZENTACE.....</b>	<b>12</b>
1.1 SMYSL PREZENTACE .....	12
1.2 ZPŮSOBY PREZENTACE .....	12
1.3 SPECIFIKA RŮZNÝCH DRUHŮ PREZENTACÍ .....	13
1.4 VYTVÁŘENÍ PREZENTACE .....	15
1.5 PREZENTACE JAKO PROCES.....	17
1.6 ÚSPĚŠNOST PREZENTACE .....	18
1.7 VYUŽITÍ PREZENTACÍ .....	18
<b>2 PREZENTUJÍCÍ .....</b>	<b>20</b>
2.1 PŘEDNES PREZENTACE .....	20
2.2 TECHNIKA ŘEČI .....	21
2.3 ŘEČ TĚLA .....	22
2.4 STRES, TRÉMA .....	22
2.5 ZVLÁDÁNÍ OBTÍŽNÝCH SITUACÍ.....	25
<b>3 SOFTWARE .....</b>	<b>26</b>
3.1 SW NA TVORBU PREZENTACÍ.....	26
3.2 OPERAČNÍ SYSTÉMY .....	27
3.3 VÝSTUPY Z INFORMAČNÍCH SYSTÉMŮ PODNIKU .....	27
3.4 KOMPATIBILITA JEDNOTLIVÝCH SW, PREZENTACE V PDF.....	27
3.5 BEAMER – TVORBA PREZENTACÍ V LATEXU .....	27
<b>4 HARDWARE .....</b>	<b>29</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>31</b>
<b>5 METODY TVORBY PREZENTACÍ.....</b>	<b>32</b>
5.1 PRESENTING TO WIN .....	32
5.2 KONCEPT BEYOND BULLET POINTS .....	34
5.3 WEBOVÁ SLUŽBA PREZI.COM.....	39
5.4 DALŠÍ MOŽNOSTI ONLINE TVORBY PREZENTACÍ .....	42
5.5 VYTVÁŘENÍ PREZENTACE DLE SAMOTNÝCH TVŮRCŮ POWERPOINTU .....	42
5.6 MOŽNOSTI ULOŽENÍ PREZENTACE [16].....	46
<b>6 ZHODNOCENÍ A POROVNÁNÍ METOD TVORBY PREZENTACÍ .....</b>	<b>48</b>
6.1 ZHODNOCENÍ KONCEPTŮ TVORBY PREZENTACÍ.....	48
6.2 POROVNÁNÍ MOŽNOSTÍ ONLINE TVORBY .....	49
<b>7 PREZENTACE – IDENTIFIKACE A ZHODNOCENÍ TRENDŮ .....</b>	<b>56</b>
<b>8 VYUŽÍVÁNÍ PREZENTACÍ VE ŠKOLSTVÍ A V PODNICÍCH.....</b>	<b>58</b>
8.1 ŠKOLSTVÍ .....	58
8.2 PODNIKY .....	62
<b>9 JAK VYTVOŘIT PREZENTACI – ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ .....</b>	<b>64</b>



9.1	JAK? PROČ? Co? .....	64
9.2	Co VZÍT V ÚVAHU PŘI TVORBĚ PREZENTACE? .....	64
<b>ZÁVĚR .....</b>		<b>66</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>		<b>70</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>		<b>71</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>		<b>73</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>74</b>

## ÚVOD

S prezentacemi se setkáváme téměř každý den. Ať už je to na autobusové zastávce, ve škole, v zaměstnání. Forem, s jakými se setkáváme, je neskutečně mnoho. Něco bychom ani za prezentací neoznačili, ale v dnešním komerčním ovládaným světem je jich opravdu mnoho a snaží se stále nás o něčem přesvědčit - prezentace.

Ať už se setkáváme s prezentacemi jen výjimečně, nebo například každý den, je potřeba mít určité povědomí o tom, jak reagovat na specifické podněty, jak se předem připravit případně jakým způsobem improvizovat. Velmi důležitou částí je umět zhodnotit námítky, názory posluchačů. Když už se projevujeme jako hlupáci postrádající veškerou slušnost a úctu, tak bychom o tom alespoň mohli vědět.

V práci jsem se zaměřil na vytváření prezentací různými způsoby a na různé koncepty jejich tvorby, plánování. Věřím, že zmíněné koncepty budou pro čtenáře přínosné. S tím souvisí i možnosti online tvorby a spoluvytváření prezentace – o čemž se též v práci zmiňuji.

První seznámení s tvorbou prezentací začíná na základních školách, v použitelnějším podání až na školách středních, kdy si studenti začínají uvědomovat sílu prezentace a také jejich výuka je v nich často vedena. Proto jsem se zaměřil na zhodnocení na středních školách, neboť způsoby používání prezentací z velké části „opisujeme od ostatních“. Z tohoto se dále vyvíjí myšlení jedinců – někteří se nové naučí velmi rychle a efektivně, jiní s dovednostmi ze střední školy projdou celým svým prezentačním životem. Přitom prezentování je o sebezdokonalování a překonávání hranic.

## I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 PREZENTACE

Každý si pod tímto pojem představí něco jiného, ale to, co je všem společné je, že lidem představujeme určitou „věc“. Presentace je možnost jak ostatním lidem (posluchačům) předložit, ukázat, projevit myšlenky, doporučení, návrhy, nabídky, či stanoviska. Jedná se o důmyslný přenos informací. [1], [2]

### 1.1 Smysl prezentace

Prezentací nedochází pouze k přenosu nějaké informace. Například při prezentaci určitého nápadu nebo produktu chceme získat ostatní na naši stranu, aby se jejich nadšení pro určitou věc blížilo tomu našemu. Presentace není jen zbytečné trápení se trémou před ostatními. Cíle prezentací jsou si velice podobné, ať už se snažíme někoho informovat o plánech a děním v podniku (snažíme se, aby se ztotožnil s plány daného týmu) nebo při prodeji produktu (nadšení pro věc). Cílem prezentace není samotné předání informací, to je jen jejím prostředkem. [2]

### 1.2 Způsoby prezentace

#### Improvizovaná prezentace

Někdy se stává, že jsme vyzváni, abychom promluvili na určité téma ať už na veřejnosti nebo ve škole. V tomto případě se ukáže prozíravost a pohotovost řečníka. Kouzlem tohoto vystoupení je, že nikdy bez přípravy nic neuděláme. Vše si pečlivě rozmyšlíme již v průběhu položení otázky, přepínání snímků na plátně. Příprava tedy neprobíhá v hodinách, dnech, či týdnech, ale v sekundách, či minutách. Pokud jsme otázkou opravdu zaskočeni, určitě není žádná ostuda požádat o pět minut na přípravu (je-li to ovšem možné z hlediska organizace meetingu – mezitím se bude mluvit o něčem jiném nebo je na programu přestávka). Další možnost je dotázání se na upřesnění, toho co chtějí posluchači slyšet. Během odpovědi si urovnáme myšlenky a naplánujeme si, s čím ostatní seznámíme. Pokud publikum nepochopí, že řeč je improvizovaná, je potřeba jej s tímto obeznámit. V žádném případě se neomlouváme, pokud nejsme pochopeni, naše řeč není zcela na místě nebo není srozumitelná – jde přeci o improvizaci. [3], [4]

### **Se čteným textem v ruce**

Této formě bychom se měli v každém případě vyhnout. Když už musíme přednášet text čtením je namístě si udělat v textu poznámky, odrážky, barevné zvýraznění pro lepší orientaci na papíře. Tímto získáme zpět alespoň trochu ztracené pozornosti a kontaktu s posluchači. [3]

### **S poznámkami**

Názory na poznámky se různí. Někteří je používají neustále, jiní je odmítají. Rozhodně bychom se měli vyvarovat poznámkám na papíře A4. Čím menší papír a větší písmo, tím lépe. Poznámky jsou dobré například na připomenutí klíčových bodů, čísel, jmen. Když už nám ničemu neposlouží, tak se alespoň stávají jedním z důkazů, že jsme se na prezentaci připravovali. [5], [3]

### **Zpaměti**

Nejefektivnější způsob jak prezentovat. Nabízí nám neomezené možnosti interakce s publikem. Musíme mít ovšem dokonale zvládnutou problematiku, téma musíme mít zažité. Pokud víme co posluchačům říct a máme jim co předat, pak můžeme prezentovat právě tímto způsobem. [3]

## **1.3 Specifika různých druhů prezentací**

Rozdělení prezentací je nekonečné. Každé dělení má svůj význam a je zároveň autorovým odrazem, toho jak prezentace chápe. Prezentace můžeme dělit na výkladové, na prezentace s aktivním přístupem posluchačů (interaktivní) a na prezentace automatické (projekce bez komentáře nebo s komentářem nahraným předem), testovací. Dalšími druhy prezentací mohou být prezentace na webových stránkách oproti prezentacím v prezentačním programu nebo oproti materiálům rozesílaných e-mailem. Dále můžeme prezentace dělit na produktové, motivační, reportovací. V neposlední řadě můžeme najít prezentace fotografií, obrázků, textů, a jiných. Následuje rozepsání jednoho z možných rozdělení dle autora knihy Prezentace v marketingových komunikacích, pana Ing. Ladislava Kopeckého. [6], [7], [1], [8]

### **Technické a finanční prezentace**

Jako u žádných jiných prezentací je důležité znát své publikum, jeho očekávání, kvalifikační úroveň. My jako prezentující jsme expertem na dané téma. V publiku se mohou objevit posluchači s různou kvalifikací, tento rozdíl musíme zamést tím, že objasníme zdánlivě jasné předpoklady, ale zároveň se nebudeme bát zajít hlouběji do dané problematiky. [4]

### **Informační a instruktážní prezentace**

Hlavním účelem je předání informací posluchačům. Právě informační prezentace jsou ty, kterým se všichni rádi vyhnou, jejich kvalita závisí na kvalitě a důvěryhodnosti podávaných informací. Důležitá je u těchto prezentací stručnost a jasnost. Úspěch školení (instruktáží) je dán oproti informační prezentaci tím, jak jednotliví posluchači vnímají to, co je hodláme naučit. Je třeba najít optimum mezi sluchovou, vizuální a pohybovou složkou prezentace tak, aby byli všichni spokojeni. [4]

### **Prezentace pro investory**

Stává se v dnešním světě jednou z často používaných prezentací. Je potřeba nejen nastínit příležitosti, které se otevírají, ale také způsoby jak těchto příležitostí využít. Další důležitou složkou jsou veškeré podstatné informace a data, které investora mohou (a budou) zajímat. V neposlední řadě obsahují také potřebný kapitál. [4]

Počet malých a středních podnikatelů se neustále zvětšuje, stejně tak se zvětšuje i počet lidí s vlastním nápadem. Problém nastává, když se nespojí podnikavost lidí s jejich nápady nebo chybí vize jak něčeho dosáhnout. V neposlední řadě odpověď na otázku pro investora důležitou – jak budou použity jeho peníze. Je pěkné, že jsou v prezentaci čísla a příležitosti, ale pokud je prezentující dostatečně neobhájí, pak je jakákoliv další snaha zcela zbytečná.

### **Mezinárodní prezentace**

Pohybujeme-li se často skrze různé kultury, pak není třeba zaujímat specifických prezentačních stylů. Jiné to bude, pokud prezentujeme obecnstvu, které není na mezinárodní styk zvyklé, a v těchto kruzích se často nepohybuje. Pak je potřeba brát ohled na posluchače a respektovat jejich kulturu. Pokud se rozhodneme například vystupovat za pomoci tlumočnicka, je vhodné jej s prezentací seznámit. Představíme tlumočnicka obecnstvu -

motivuje jej to k lepšímu výkonu. Snažíme se mluvit jasně, stručně, v krátkých větách, abychom předešli komunikačním problémům. [4]

### **Improvizované a panelové prezentace, kulaté stoly**

Na konferencích se dostáváme do styku s více odborníky a nabízí se různé pohledy. Jedná se o debatu (panelová prezentace) řízenou moderátorem. Probíhá zde výměna názorů. Je potřeba předem určit pravidla a každý s nimi musí být obeznámen. V případě kulatého stolu jde spíše o řízenou debatu a konverzaci než o prezentaci. Velmi častou chybou bývá vysvětlování objasněného, opakování toho, co již někdo řekl (i když opakujeme sami sebe). [4]

### **Prezentace na veřejných shromážděních**

Je důležité, aby se předem vědělo o tom, kdo má zájem a kdo bude řečnit. Bývá většinou určen časový limit, který by se neměl překračovat. Je potřeba představit sebe, ale i téma, kterému se budeme věnovat. Opět zde platí, že nemáme zbytečně opakovat, co bylo řečeno, stačí vyjádřit souhlas. Velkým problémem bývá, že se řečník, který obhajuje zájem určité skupiny, dostane do takového emociálního rozpolcení, že se vytrácí cíl a podstata řeči samotné. Na řadu se může dostat vyjednávání a ústupky. I když tomu politická scéna leckdy nenasvědčuje, tak slušnost a pozitivní myšlení bývá dobrým začátkem a cestou k úspěchu oproti urážkám a hrubostem. [4]

## **1.4 Vytváření prezentace**

Předtím, než začneme samotnou prezentaci tvořit, tak bychom měli mít jasno v následujících bodech [9], [7], [6]:

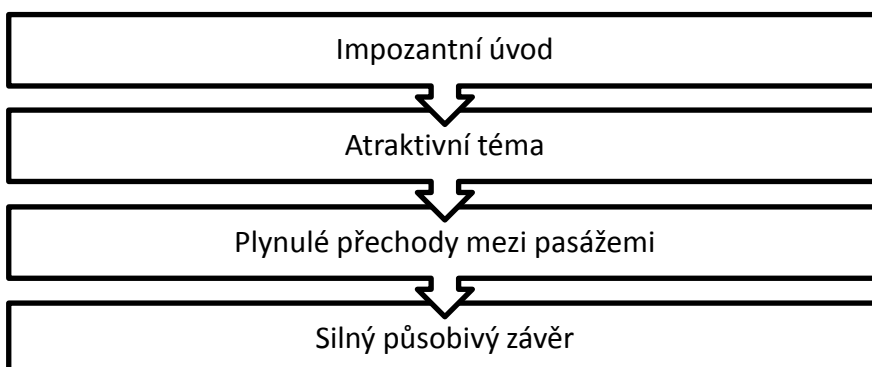
- **Cíle prezentace** – cíle by měly být co nejvíce konkrétní, cílem prezentace není odprezentovat a tím předat nějaká data posluchačům. Cíle jsou například: všichni si koupí můj produkt, další spolupráce s posluchači, investiční nabídka, ...
- **Způsob prezentace** – zda bude prezentace vysílána online, bude vystavená na webu nebo vytvořena pomocí programu na to určeného a následně živé prezentování. S tímto souvisí také používání veškerých technických zařízení. Měli bychom

umět ovládat zařízení potřebné pro prezentaci (obsažené na místě), případně si zajistit pomůcky jiné, kterými nejsou prezentační místa vybaveny.

- **Prostředí** – jinak se samozřejmě připravíme na prezentaci v podniku, na vysoké škole, v lese.
- **Posluchači** – měli bychom znát své posluchače, jejich vzdělání, zájem o danou problematiku. Využitím těchto informací jsme schopni prezentaci vytvořit pro posluchače zajímavější, srozumitelnější a tím lépe naplníme cíle, které jsme si určili.
- **Obsah prezentace** – zde volíme používanou terminologii a věnujeme pozornost veškerým typografickým pravidlům. Věnujeme pozornost i tomu, jaký přínos budou pro posluchače mít jednotlivé části prezentace.
- **Grafická podoba** – volíme takovou grafickou podobu, aby souvisela s tématem. S tímto souvisí zvolené barvy prezentace, tvary, obrázky, případné efekty.
- **Testování** – ověřujeme použitelnost prezentace, nastavené časování (nebo zjistíme, kolik prezentace spotřebuje času), klademe také důraz na celkový dojem prezentace (celistvost, návaznost, logičnost, grafická ucelenost, řazení jednotlivých snímků, kontrola obsahu).

Mimo jiné bychom si měli zjistit, rozdělit, ujasnit kdo bude odpovědný za to, že posluchači budou vědět o akci, bude fungovat veškeré zařízení jak má, rozložení stolů v místnosti. Vše si samozřejmě před začátkem ještě zkontrolujeme a případně vyřešíme nedostatky. [9], [7], [6]

Samotný průběh prezentace by mohl být následující:



Obrázek 1 – Možný průběh prezentace [4]



## Spoluvytváření

Spoluvytváření prezentací nám přináší nesporné výhody oproti postupnému vytváření nebo konečného spojování prezentací v jednu. Zabraňuje nám to také zamknutí části prezentace proti úpravě jiným uživatelem. Nejčastěji se prezentace spoluvytváří online skrze různé webové služby nebo lokální server. Na serveru se také uchovávají všechny verze souboru od vytvoření po jednotlivé úpravy různými uživateli. Všichni mají zároveň představu o finální podobě prezentace. [10]

## Prvky v prezentaci [7]

- *Text* – důraz je kladen hlavně na volbu písem, jejich podobnost. Text by neměl být příliš obsáhlý, měl by být čitelný a to jak co do velikosti tak i ve volbě barev. Další věc, co razí do očí, jsou pravopisné chyby.
- *Odkazy* – odkazy by měly být odlišené od zbytku textu. Máme také možnost odlišení již navštívených odkazů, a pokud odkazujeme na soubor, je dobré uvést typ souboru a jeho velikost.
- *Tabulky* – i zde platí, že veškerý text musí být čitelný (toho docílíme vhodnou volbou písem, barev, zarovnáním, linek, rozměrů tabulky)
- *Grafika, animace* – grafika by měla úzce souviset s tématem, být v dostatečné kvalitě, standartních formátech, názorné. Animace by neměly neúměrně blikat, měnit barvy.
- *Diagramy, grafy* – pravidla odpovídají používání tabulek a grafiky.
- *Zvuk, video* – máme možnosti přehrávání videí (zde pozor na formáty videa, které operační systém defaultně nepřehraje). Můžeme přidat zvuk na pozadí.

## 1.5 Prezentace jako proces

Prezentace by měla zaujmout publikum, proto je nutné je nějak uchvátit. Stejně jako člověk dokáže sedět hodiny u televize, tak dokáže sedět u prezentace. Je jen a jen na tvůrci jakým způsobem podá posluchačům informace v prezentaci obsažené a také jak naplní cíle své prezentace.

Pokud si představíme, že prezentace je film, pak nás zarazí hned několik aspektů. Žádný příběh ani děj, zobrazení textů místo obrázků a jistě mnoho dalšího. Pokud vymyslíme

příběh, omezíme texty, zvolíme grafiku, která bude korespondovat s tím, co prezentujeme, nastane změna. Najednou to půjde lépe, lidé si zapamatují více, můžeme sledovat více cílů prezentace. A to „jen“ díky tomu, že dokážeme posluchače vtáhnout do děje. Předvedeme jim příběh, který není komplikovaný, a pak už jenom směřujeme publikum v dějové linii naší pohádky.

## 1.6 Úspěšnost prezentace

Nedílnou součástí prezentace je její zhodnocení (zhodnocení je výrazně ovlivněno jakým způsobem, či jakým stylem prezentujeme). Je důležité uvědomit si vyhodnocování prezentace a zpětné vazby od posluchačů jako proces sebezdokonalování. Protože čím lepší prezentace tím dřívější projití cílem a efektivnější přenos informací. Teprve vyhodnocením prezentace končí a tím jsme prošli jedním z mnoha kroků ke zlepšení prezentací budoucích. Existují názory, které se při vyhodnocování soustředí například na deset, dvacet i více bodů úspěšné prezentace a jejich plnění je jasným obrazem úspěšnosti prezentace. Ale tak jednoduché to bohužel není. I kdybychom vytyčili takových bodů stovky, stále neobsáhneme všechny problémy, které mohou nastat, či nastaly. [11], [3]

## 1.7 Využití prezentací

S prezentacemi se setkáváme téměř každý den, aniž bychom si to uvědomovali. Když prodáme kolem světelné tabule, která stojí na střeše obchodního domu, tak se nedíváme na nic jiného, než na prezentaci. Stejně tak reklamní letáky v autobusech, vlacích. Pokud procházíme internet, pak narážíme na webové prezentace různých podniků daleko častěji než na náměstí. A tak bychom mohli pokračovat dále. Jsou všude a neubráníme se jim, ani když se zavřeme sami doma (televize, internet, mobilní telefon, pohled z okna, obaly potravin).

Hlavní oblasti a způsoby využívání prezentací:

- *Marketing* – viz zmiňované světelné tabule a reklamní letáky, webové prezentace, ale například i samotné obaly produktů, které denně nakupujeme.
- *Management* – prezentací se využívá při předávání výsledků vyplývajících z nějaké činnosti, při plánování, při školení pracovníků

- *Školství* – zde je použití velmi rozsáhlé. Prezentace na sebe nenechali dlouho čekat. Již se využívají na většině středních a vysokých škol. Výjimkou nejsou ani zařízení pro děti předškolního věku a základní školy.
- *Osobní prezentace* – prezentace pro osobní použití, pro zábavu, či pobavení ostatních lidí.

## 2 PREZENTUJÍCÍ

### 2.1 Přednes prezentace

#### Vstup na plátno

Před zahájením prezentace bychom se měli nejprve stát její součástí. Věnovali jsme velké množství úsilí do tvorby prezentace, tak by se neměla stát jenom naším doplňkem, kterého si nikdo nebude všímat. Nemělo by to být ani naopak, kdy zastíníme prezentací sami sebe.

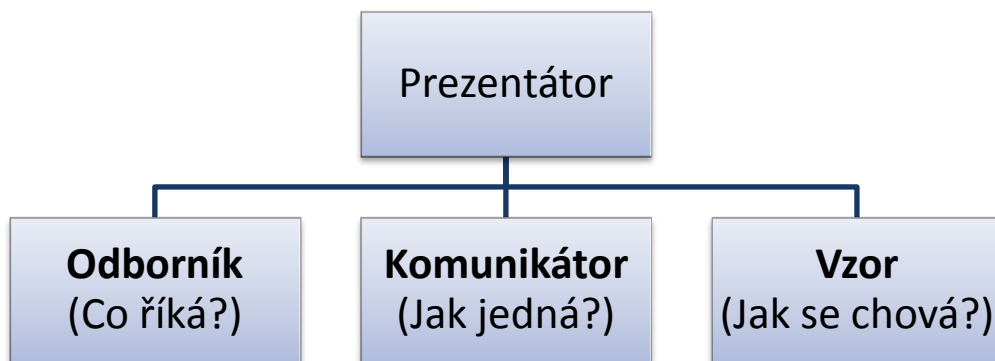
Mnoho konferenčních místností není dobře řešena. Středem zájmu se pak například stává ozdobný lustr, velké hodiny na zdi nebo cokoliv jiného co upoutá pozornost posluchačů. Dalším nevhodným řešením je plátno na druhé straně místnosti. Přednášející nemá představu o tom, kdo se na co dívá, kdo poslouchá, posluchači neustále otáčejí hlavy. [12]

#### Odstranění rušivých prvků

Prostředí, ve kterém prezentujeme je stejně důležité jako samotná prezentace. Je tedy nutno zajistit, aby se na daném místě vyskytovalo co nejméně rušivých elementů, které by mohly vadit prezentujícímu, či posluchačům. Pokud se jako prezentující nebudeme cítit dobře, nepodáme adekvátní výkon, pokud budou rušeni prostředím posluchači, pak je velice složité upoutat jejich pozornost. Patří zde i kontrola zařízení, jestli vše funguje jak má, případně odhadnutí a nástiny řešení různých komplikací [12], [3]

#### Ovládání průběhu prezentace

Musíme být především věrohodní a působit sebejistě. Prezentátor by měl být pro ostatní odborník, komunikátor a vzor (viz následující obrázek). Teprve pak je možné ovládat průběh prezentace. Tím ovládáme i posluchače. Možná je na místě otázka, zda-li je to vůči ostatním morální. Berme v úvahu fakt, že každý den manipulujeme všichni a sebe navzájem (jsme pozitivní při pracovním pohovoru, když něco chceme, tak se chováme mile a na rande se také oblékáme jinak, než když jdeme nakupovat). Tak proč v manipulaci nedosáhnout mistrovství? [13], [12], [1]



Obrázek 2 – Role prezentátora [1]

## 2.2 Technika řeči

Je rozdíl mezi lidmi, kteří dokážou plně, srozumitelně a efektivně sdělit co si myslí, a mezi těmi kteří se vyjadřují zkratkovitě a nesrozumitelně – těm nikdo nerozumí. Slova vyjadřující myšlenku nejsou pouhým odrazem mysli, jsou výsledkem umělecké činnosti mluvčího. Technika řeči se ve velké míře procvičuje vhodnými texty, či cvičeními. Dále se můžeme obrátit na zkušeného rétora, nebo se zúčastnit nějakého kurzu na toto zaměřeného. [3]

Dobrá technika mluveného slova souvisí se zvládnutím tří složek. Jsou to:

- Dýchání (respirace)
- Tvoření hlasu (fonace)
- Tvoření hlásek (artikulace)

### Dýchání

Musí být dobře nacvičené, protože ovlivňuje např. plnost a barvu našeho hlasu. Je důležité hospodaření se vzduchem – pokud budeme potřebovat zvýšit hlas, tak se to samozřejmě bude vázat na větší spotřebu vzduchu a tudíž i hlubší nadechnutí. Hlavními cíli jsou pro nás: zabraňování polykání koncovek, nepřesné výslovnosti, hlučných nádechů. [3], [14]

### **Tvoření hlasu – fonace**

Změny v pestrosti hlasu dosahujeme intonací, přízvukem, rychlostí, barvou hlasu. Zabarvení našeho hlasu je možné tréninkem změnit, typickým příkladem jsou imitátoři. Naším hlasivkám škodí mnoho věcí jako kouření, prach, oříšky, horké a ledové nápoje. O svůj hlas bychom se měli starat, zvláště pokud je naše hlavní činnost ve dne například prezentování. [3], [14]

### **Tvoření hlásek - artikulace**

Na artikulaci se podílejí naše rty, jazyk, čelisti, měkké patro, čípek, hlasivky. Nejčastější problémy s artikulací jsou tedy spojeny s těmito orgány. Tím hlavním je nedostatečné otevírání úst. [3]

## **2.3 Řeč těla**

Řeč těla je nejvýznamnější složkou neverbální komunikace. Můžeme zde zařadit oční kontakt, gesta, pohyb, dotyky, mimika a veškeré zjevné chování, či pohyby. Nezapomínejme, že první dojem vytváříme již během několika vteřin kontaktu s publikem. Tudiž jdeme sebevědomě až do ohniska pozornosti všech posluchačů (však oni nás zrakem nezapálí), a v klidu si počkáme na pozornost všech. Svůj pohled rozdělujeme rovnoměrně mezi všechny posluchače. Gestikulace nám pomáhá se uvolnit, vyjádřit co chceme říci a pro posluchače má emociální význam a přispívá k zapamatování problematiky. Veškeré pohyby bychom měli dělat vědomě a nevstupovat do intimních zón účastníků. [2]

## **2.4 Stres, tréma**

### **Kroky k redukci stresu**

Naše společnost se vyvíjela rychleji, než naše biologická vybavenost. Jsme připraveni na krátkodobý stres, stejně jak byli naši prapředci, když se bránili šelmě. Ale v dnešní době jsme vystavováni dlouhodobému stresu, který nám nedělá dobře. Proto je dobré jej redukovat. Pokud jsme hodně stresovaní vystupováním před ostatními, je dobré identifikovat faktory, které stres způsobují, neboť chceme podat co nejlepší výkon. Můžeme pochybovat o naší přípravě na prezentaci a s tím o naší autoritě, která samozřejmě klesne, pokud nebudeme dostatečně připraveni. Další strach můžeme mít z neznalosti publika, mezi

všeobecné rady, jak uspět proto patří, že máme znát publikum, před kterým budeme vystupovat. Další obavy mohou plynout ze strachu z prostoru, že selže technika. Často podceňovaným krokem před prezentací, který může stres značně snížit je nácvik prezentace. [4], [15]

Následující tabulka obsahuje všeobecné rady ke zvládnání stresu.

Tabulka 1 – zvládnání stresu [15]

<b>Cvičení</b>	Cvičení redukuje pocit stresu, deprese a úzkosti, zlepšuje krevní oběh, zlepšuje fyzickou kondici.
<b>Relaxace</b>	Relaxace snižuje krevní tlak, zpomaluje metabolismus a uvolňuje svalové napětí.
<b>Sociální vazby</b>	vztahy s přáteli, s rodinou nebo třeba i se psem - najdeme v nich pocit důvěry, podpory a uvolnění.
<b>Získání energie</b>	Hledání cesty ke znovunabytí energie, sebedůvěry a kontroly nad problémy pomáhá překonat stres.

### **Tělo a mysl jsou spojené nádoby**

Na začátek prezentace je vhodné naplánovat něco, při čem se budeme muset pohybovat trochu více, než když jen stojíme a vítáme účastníky na prezentaci. Pohybem se napětí a stres uvolňují daleko snadněji než při nečinnosti. Pokud držíme v ruce desky, tak ne proto, aby je ostatní obdivovali, ale pomáhají nám nepřemýšlet nad tím, co máme dělat s rukama, a nemůže se nám stát, že budeme v úvodu prezentace zmateně mávat kolem sebe. Dalším vhodným způsobem, jak uvolnit napětí je uvědomělé dýchání. Pokud chceme odvést pozornost od nás, doneseme si nějakou praktickou ukázkou, či pomůckou, která svede pohledy očí posluchačů na sebe. Můžeme si také najít v publiku někoho, kdo je vstřícně naladěný, či se usmívá, a teprve pak začít mluvit. [3]

### **Prokazatelné výhody trémy, nervozita jako příležitost [1]**

- *Tréma jako mobilizátor* – vyplývá z reakce lidského organismu na stresovou situaci. Vylučované hormony nám dodávají energie, ale na každého působí jinak a projeví se její nárůst v jinou dobu. Někdo vlivem nárůstu energie ztuhne a zbytek prezen-

tace jen tak přešlapuje, koktá a nikdo z něj nic nevymámí. Ale po skončení je například schopen běžet domů 5 kilometrů v rekordním čase nebo uklidit sklep, či přes noc vymalovat. Druhá skupina lidí to má zase naopak. Můžeme to pozorovat (jako posluchači) tak, že vidíme až extrémní aktivitu prezentujícího. Začne mluvit a nebude vědět, kdy má přestat nebo bude poletovat z jedné strany místnosti na druhou, jako kdyby byl účastníkem štafety.

- *Tréma nám pomáhá v sebepoznávání* – díky trémě jsme schopni poznávat své hranice. Zjišťujeme, jak velké zatížení jsme schopni snést. Pokud budeme natáčeni kamerou a následný záznam si přehrajeme, budeme až žasnout, co jsme schopni v trémě udělat se svým tělem. Před kamerou nic neskryjeme, což nám výrazně pomůže při poznávání sebe sama a následném zdokonalování našich dovedností.
- *Tréma je pro nás výzvou* – výzvou se pro nás tréma stává, pokud se například z nenadání objeví a my rychle přemýšlíme co s ní. *Které kolegovy metody zaberou právě na mě? Včera jsem trému zvládl, tak dneska musím taky, i když tu je dvakrát tolik posluchačů.* Odpovídáním si na podobné otázky si také vytváříme odolnost vůči trémě do budoucna. Zjišťujeme také (při důkladnějším pozorování sebe a okolí), které situace, či stavy nás znejistily.

### **„Zaručené“ rady**

Jistě všichni známe rady, jak je dobré dát si trošku alkoholu na posilnění nebo uklidňující léčiva. Ve skutečnosti se nám to může vymstít tím způsobem, že nejsme schopni odhadnout dobu a sílu působení. Zpravidla se stane, že zmínění pomocníci začnou účinkovat v nevhodnou chvíli a přestanou v tu nejméně vhodnou a vzápětí se vrátí veškeré obavy, tréma a stres v daleko větší míře.

Další známou radou je představení si obecnstva ve spodním prádle, či nahé. Opravdu to může být komické a následný humor nám může pomoci uvolnit se, ale opravdu bychom chtěli prezentovat před bandou naháčů? Mimo jiné některé lidi si nebudeme chtít ani představit, pokud by měli mít byť o jeden kousek oblečení méně. Naopak se budeme také zaměřovat na ty, které bychom chtěli vidět za každou cenu. To nám ale k uvolnění a lepší atmosféře v naší mysli moc nepomůže.



## 2.5 Zvládání obtížných situací

Obtížné situace nastávají téměř při každé prezentaci. Většina z nich vyplývá z naší nedostatečné přípravy, jsou zde i takové, za které nemůžeme, ale měli bychom na ně být připraveni. Problémy mohou být zapříčiněny následujícími důvody [2]:

- *Neznalost publika* – neznáme odbornost publika, jejich počet, jestli jsou přítomni dobrovolně, či nikoliv.
- *Neznalost času a prostoru* – v případě že nemáme ponětí o vybavení místnosti, nemáme představu, jak dlouho bude naše prezentace trvat, nepřipravenost na nečekané situace jako je například výpadek elektrické energie, nedostatečný počet židlí v místnosti.
- *Nedostatečná obsahová připravenost* – pokud nevíme o čem, jak a proč budeme prezentovat, pak to bude nejspíše obtížné.
- *Nefungující technika* – další problém, s kterým musíme počítat. Máme prezentace připravenou tak, že ji lze provést bez techniky, či dalšího zařízení.
- *Pasivita posluchačů* – nezbyvá nám, než účastníky vhodně zapojit a postupně rozvíjet atmosféru tak, aby se zapojili všichni.
- *Námítky* – nesmíme brát námítky jako útok na naši osobu. Proti emociálním útokům se v žádném případě nebráníme emocemi, ale naopak – rozumem.
- *Vyrušování* – určitě bychom měli reagovat, pokud někdo vyrušuje. Když lidé odcházejí na toaletu nebo přicházejí pozdě, tak přestaneme na chvíli prezentovat a pokračujeme, až máme opět pozornost většiny účastníků.

### 3 SOFTWARE

#### 3.1 SW na tvorbu prezentací

Různých programů na tvorbu prezentací je nespočet. Ať už jsou placené, dostupné jako webové aplikace nebo nám přinášejí zcela jiný pohled na tvorbu samotných prezentací. Jako příklad uvádím nejpoužívanější a nejznámější aplikace, či celé kancelářské balíky.

##### **Microsoft PowerPoint**

Program Microsoft PowerPoint je součástí sady Microsoft Office. Umožňuje nám vytvářet, měnit, spravovat, sdílet a promítat prezentace. Je to nejpoužívanější aplikace na vytváření prezentací. [16]

V posledních letech došlo k radikální změně uživatelského rozhraní, s kterým byli někteří nadchnuti a jiní jej přímo nenáviděli. S poslední verzí Microsoft PowerPoint 2010 se opět (již ne tak radikálně) změnil vzhled a došlo ke sjednocení uživatelského rozhraní pro větší počet funkcí.

Balík Microsoft Office je licencovaný a jeho cena se pohybuje v řádech tisíců. Existují ovšem i finančně dostupnější edice pro domácí použití.

##### **OpenOffice.org Impress**

Impress byl dlouhou dobu v pozadí s vývojem, díky čemuž uživatelé volili jinou alternativu. Aplikace ovšem prošla důkladnou revitalizací a dostává se opět mezi konkurenceschopný software. Mnozí namítají, že je uživatelské rozhraní příliš zastaralé, zároveň se ovšem děsí představy, kdyby bylo rozhraní identické s Microsoft PowerPoint. [17]

Balík je volně dostupný nejen k domácímu ale i ke komerčnímu použití.

##### **Webové služby a další SW**

Uvádím některý další možný software na tvorbu prezentací: StarOffice Impress, KPresenter, 602Office Impress, Apple iWork, IBM Lotus.

Webové aplikace jako například <http://www.prezi.com/>, <http://280slides.com/>, <http://docs.google.com/>, nám umožňují vytvářet prezentace online (odkudkoliv na světě) a zároveň má každá své vychytávky, které mohou být vodítkem k využívání právě těchto aplikací oproti těm, na které je většina lidí zvyklých.

### 3.2 Operační systémy

Různé operační systémy mají jinak řešené rozpoznávání a různou podporu prezentačního hardwaru, který bychom eventuálně chtěli připojit, podporují jiný prezentační sw a než začneme prezentaci připravovat, měli bychom toto znát, abychom se vyhnuli zbytečným komplikacím, které by mohly nastat. Běžně se setkáme s MS Windows, různými distribucemi linuxu (Ubuntu, Debian, Fedora, SUSE, ...), Mac OS.

### 3.3 Výstupy z informačních systémů podniku

Informační systémy v podnicích jsou nekonečnou a neocenitelnou studnicí informací. Pokud umíme správně tyto informace najít a vyexportovat, pak se snadno stávají podklady pro naši prezentaci. Naplňujeme tím poslání informačních systémů a to snížení nákladů a zamezení duplicity.

### 3.4 Kompatibilita jednotlivých SW, prezentace v PDF

Největší problém býval v kompatibilitě mezi nejpoužívanějšími kancelářskými balíky. A to Microsoft Office a OpenOffice.org. V posledních dvou letech byla pro tyto balíky vytvořena podpora obou standardů těchto balíků. Konkrétně XML u Microsoft Office a ODF u OpenOffice.org. Dnes již není problém tyto aplikace zaměňovat, i když to nemusí být vždy dokonalá náhrada, jako nouzové řešení to často vystačí.

Často opomíjenou možností prezentace je prezentace ve formátu PDF. Mnoho lidí neví, že PDF lze spustit jako prezentaci a na první pohled nikdo nepozná, že to není například PowerPoint. Pomáhá tomu i fakt, že dnes jsme velmi jednoduše schopni z téměř každé aplikace provést export do PDF.

### 3.5 Beamer – tvorba prezentací v LaTeXu

Beamer je rozšíření LaTeXu. Umožňuje tvorbu prezentací, při které nejsme omezeni ničím jiným, než naší fantazií. Avšak to také přináší určitá úskalí – musíme si prezentaci „naprogramovat“. Na následujících obrázcích je zobrazen příklad prezentace. Na prvním obrázku je příklad kódu prezentace a na následujícím, jak tento zápis vypadá v grafické podobě.

```
\documentclass{beamer}
\usepackage{czech}
\usepackage[utf8]{inputenc}
\usepackage{graphicx}

\usetheme{CambridgeUS}
\usecolortheme{crane}

\title[Krátký název]{Vzorová prezentace}
\subtitle{Prezentace v Beameru}
\author{Jan Vavříček}
\institute[VŠB\,--\,TU FEI]
{Vysoká škola báňská -- Technická univerzita Ostrava
\and Fakulta elektrotechniky a informatiky}

%\date{\today}
\date{4.\,6.\,2007}
```

Obrázek 3 – příklad kódu prezentace v Beameru [18]



Obrázek 4 – Grafická podoba prezentace v Beameru [18]

## 4 HARDWARE

Velmi časté je využívání dodatečného hardwaru při prezentování. Již to není jenom řečník, případně řečník a tužka s papírem, jak tomu bylo v dobách minulých. Dnes jsme zahlcováni všelijakými nástroji, pomůckami a zařízeními, které by nám měly usnadnit prezentaci nebo alespoň ulehčit boj s ní. Některé jsou pouze výstřely do tmy, a buďto jsou nesmyslné nebo ještě nepřišla jejich doba – tak tyto nám ulehčí jedině od financí na našem bankovním účtu. A to z důvodů, že jsou jednoduše nepoužitelné a zbytečné nebo nikdo neví jak je využívat tak, aby nám přinesly prospěch.

### Počítač

Pokud chceme spustit webovou nebo jinou elektronickou prezentaci, pak je zapotřebí počítač. Různé počítače mají různý výkon a dle toho se často odvíjí použitý software, v kterém si můžeme prezentaci spustit.

### Projektor, kamera na stole, meotar

Bylo by docela neřešitelné donést si připravenou prezentaci na flash disku, pokud máme dostupný pouze meotar. Je potřeba si předem zjistit, jakou formu prezentace můžeme použít na daném místě.

### Dálkové ovládání

Dálkové ovládání je výborný společník pro zachování plynulého chodu prezentace, aniž bychom ji museli časovat. Držíme v ruce malé zařízení, kterým nenápadně přepínáme na další snímky, měníme hlasitost médií, případně ovládáme světla. Vše funguje z pohledu posluchače dokonale – jako na povel.

### Monitor

Monitor je důležitý nejen při prezentaci samotné ale i při její přípravě. Čím větší monitor (míněno větší rozlišení) máme, tím větší je komfort při tvorbě prezentace. Je dobré si ujasnit, zda budeme prezentovat na více monitorech (projektorech) různé věci nebo použijeme jenom jeden pro nás a jeden pro publikum. Co se poměru stran prezentace vůči monitoru, či projektoru týče, v tomto ohledu nebývá mnoho problémů. Prezentace se zobrazí s černými pruhy na bocích nebo na vrchu a dole, tak jak jsme zvyklí z televize. Ne-

smíme zapomínat, že projektor a některé monitory nemají zdaleka takové zobrazovací schopnosti jako náš monitor, či televize.

### **Mikrofon**

Pokud vystupujeme před velkým počtem lidí, měli bychom si zjistit, jestli budeme mít k dispozici mikrofon. A abychom nevypadali neprofesionálně tak si zjistit (pokud je bezdrátový), zda není vybitý, nebo pokud má zvláštní směrovou charakteristiku tak z které strany se do toho vlastně mluví. Dále si musíme během prezentace hlídat, jak mikrofon držíme, jestli ho nemáme moc daleko od úst. Tím si zajistíme, že náš hlas bude slyšet a bude nám rozumět.

### **Mobilní zařízení a telefony**

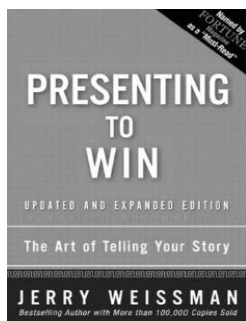
V poslední době se dostává do obliby prezentace skrze vlastní mobilní zařízení. Moderní zařízení mají stejné obrazové výstupy, které mívají novější projektory a není tedy problém se „připojit a hrát“. Na trhu se objevily i mobilní telefony s vlastním projektorem. Obliba není příliš vysoká, ale na menší prezentaci před spolupracovníky nebo skupinou patnácti, či dvaceti lidí, dokonale postačuje.

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

## 5 METODY TVORBY PREZENTACÍ

V následujících odstavcích představují zástupce myšlenek jak tvořit prezentace. Zaměřil jsem se na tři hlavní koncepty. Každý je vůči ostatním v něčem jiný, originální. V dnešní informační společnosti nesmíme zapomínat na možnosti tvorby online. Představuji několik webových služeb, které v následující kapitole dále rozvedu a zhodnotím. Jako další téma představuji možnosti uložení prezentací, neboť způsob tvorby prezentace velkou mírou závisí na tom, jakým způsobem ji chceme uložit, či prezentovat.

### 5.1 Presenting to win



Kniha přináší cenné rady jak vytvořit prezentaci a jakým způsobem předat její obsah posluchačům. Nejenom že objasňuje problémy a nedostatky běžně vytvářených prezentací, ale také názorně ukazuje a navrhuje, jak to udělat jinak, lépe. Rovněž můžeme narazit na názorné ukázky v aplikaci PowerPoint. Autor nepředpokládá, že aplikaci perfektně ovládáme – místy se objevuje řešení běžných (pro některé z nás jsou ovšem velkou překážkou) problémů, které nás mohou při vytváření prezentace potkat. Autor Jerry Weismann se sám pohybuje v oblasti trénování prezentujících a tvorby prezentací a dílo je tedy propojeno všemi exkluzivními příběhy, komickými událostmi a ilustracemi z onoho prostředí.

#### Pět základních hříchů

Autor vidí problém v tom, že ohromné množství prezentací se stává kořistí následujících 5 hříchů.

- Prezentace bez účelu, cíle
- Nejasný průběh prezentace
- Nulový přínos pro posluchače
- Příliš detailní výklad
- Obrovská časová náročnost



Tyto jsou velmi časté problémy, které prezentace doslova zabíjejí. Jejich tvůrci si často ani neuvědomují, jak se tímto stává jejich snažení bezcenným. [19]

### **Odčinění hříchů**

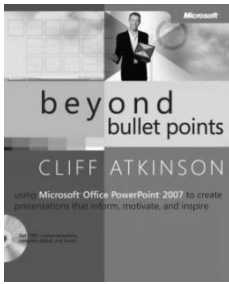
Kniha obsahuje 14 kapitol, které postupně rozvíjejí a popisují filosofii tvorby prezentací a tím také nabízí mnoho řešení a návodů jak se vyhnou oněm zmiňovaným hříchům [19], [20]:

1. Nabízí a vysvětluje efektivní přístupy ke tvorbě a hledání obsahu, či materiálu pro nové prezentace.
2. Poukazuje na mnoho způsobů, jakým stylem můžeme vytvářet a organizovat prezentace tak, aby jim každý rozuměl a abychom posluchače naladili na stejnou rychlostní vlnu předávání informací.
3. Můžeme se dozvědět mnoho o stylech prezentace a jak svázat důležité s užitečným. Způsoby podněcování fantazie a rozvíjení diskuze účastníků prezentace.
4. Na problém příliš detailních výkladů narazíme velmi často. Je potřeba aby prezentující změnil přístup k předávání informací.
5. Metody používané při řešení příliš dlouhých výkladů mívají něco společného s tím, jak uchvátit pozornost posluchačů a především způsoby přidávání příběhu do prezentace. Na místě jsou i pravidelné přestávky a obohacení prezentací dalšími prvky (video, názorné ukázky, návštěva odborníka, střídání řečníků).

### **Obrázek nahradí tisíce slov**

Prezentace jsou koncipovány jako vizuální pomůcka k prezentování. Jerry Weismann odhaduje, že denně vznikne 30 milionů prezentací, ale pouze pár jich je opravdu přínosných a efektivních. A to většinou z důvodů vytvořeného syndromu „Presentation-as-Document - prezentace jako dokument“, kdy tvůrci při tvorbě využívají své dovednosti z vytváření textových dokumentů, neboť jiné nemají. Dále se autor věnuje funkci odrážek v textu, využívání grafů, obrázků, diagramů. Celé to směřuje k vytvoření skutečné vizuální pomůcky pro prezentování. [19], [20]

## 5.2 Koncept Beyond Bullet Points



Tento **koncept** se prezentuje jako způsob myšlení a tvorby prezentace, který se pro nás po osvojení a naučení stává návykem a změnou postoje při vytváření prezentací v PowerPointu. Zaměřuje se na citové i rozumové působení na posluchače. Hlavními cíli jsou upoutání posluchače a vtáhnutí ho do prezentace. Dále se rozebírá, jakým způsobem posluchač zpracovává poskytnuté informace a jak působit na jeho představivost a paměť. V neposlední řadě se autor věnuje tomu, jakých pomůcek a metod můžeme využít při vytváření prezentace.

### Příklad

Hlavním vzpomínaným příkladem tohoto konceptu je vyobrazeno v jednom soudním sporu. Jeden starší pán zemřel na infarkt a jeho manželka zastávala názor, že za to může jistý lék, který tento muž užíval. Právě prezentace v PowerPointu nepochybně pomohla tento spor vyhrát ve prospěch pozůstalé ženy.



Obrázek 5 – Postavení prezentujícího [12]

Prvním důležitým aspektem bylo zobrazení prezentace. Prezentující stál tak, aby působil jako součást prezentace a byl vnímán společně s ní jako jeden funkční celek. Na předcházejícím obrázku je zároveň vidět fotografie šťastného páru před onou osudovou událostí. Na následujícím obrázku můžeme vidět zajímavý krok (odebrání pozadí na fotografii), kdy

posluchače donutil zacílit své myšlenky na tento pár. Již nevyrušuje jejich pozornost scenerie v pozadí. [12]



Obrázek 6 – Odebrání pozadí [12]

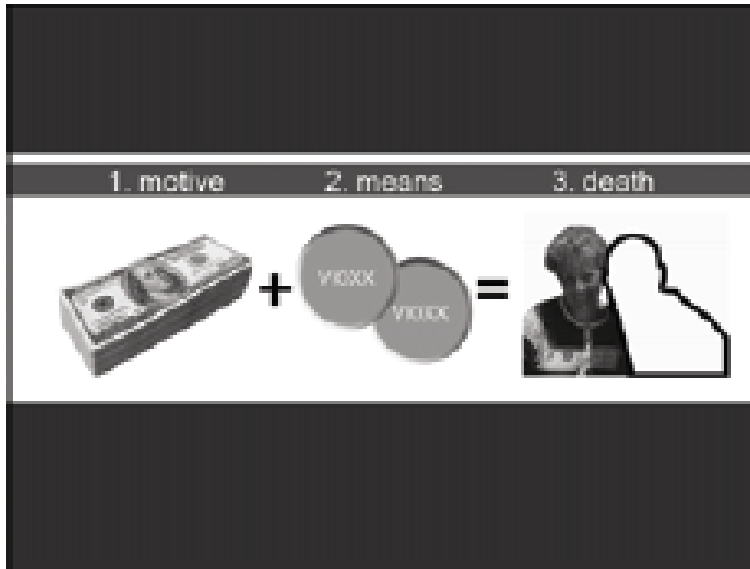
Dalším způsobem jak prezentující zapůsobil na posluchače, bylo vymazání onoho pána z fotografie a nahrazení jej pouze černou čarou. Tímto docílil vyvolání pocitu, že tady někdo byl a už tu není, někdo blízký. Zkusme si představit, že by jedna z našich blízkých osob najednou zmizela z našich fotografií a zbylo po ní bílé místo. Pocit, který by u nás převládal, by byl až mrazivý. [12]



Obrázek 7 – Vymazání z fotografie [12]

Nyní máme citově nakloněné publikum, které je potřeba dále zpracovat. Prezentace probíhala způsobem, kdy prezentující vyvolal v posluchačích pocit, že něco není v pořádku, že je něco potřeba vyřešit a posluchači se nevědomě ocitli v role detektiva, čímž si zaručil

jejich pozornost. Přednesl jim jádro problému. Dále ve spojitosti s případem poukázal na základní prvky detektivních románů (viz následující obrázek). Připomněl, že pokud máme motiv a prostředky, tak se z toho může vyvrbit i smrt osoby nám blízké. [12]



Obrázek 8 – Známý scénář [12]

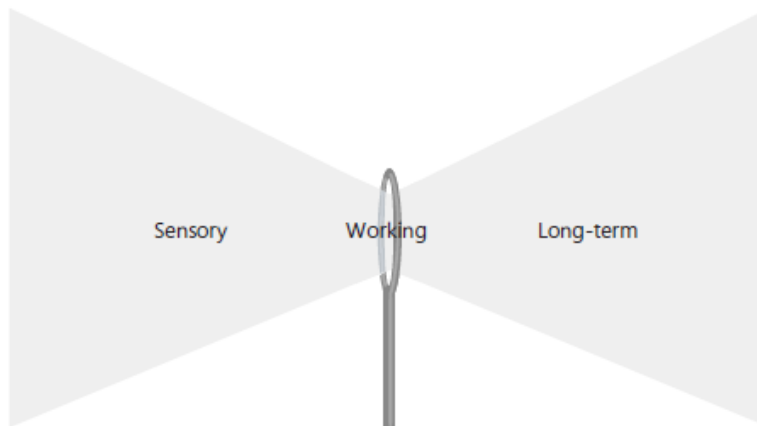
Spor následoval představení důkazů, které všichni znali, ale v takové formě, aby si tyto důkazy všichni uvědomili. V kontextu s tím, co bylo prezentováno, a s tím, jak působil na porotu, dosáhl svého cíle – výhry sporu ve prospěch žalující strany. [12]

### Pracovní paměť

Autor konceptu uvádí do popředí, jakým způsobem zpracováváme data. Rozlišuje data na ty, které jsou:

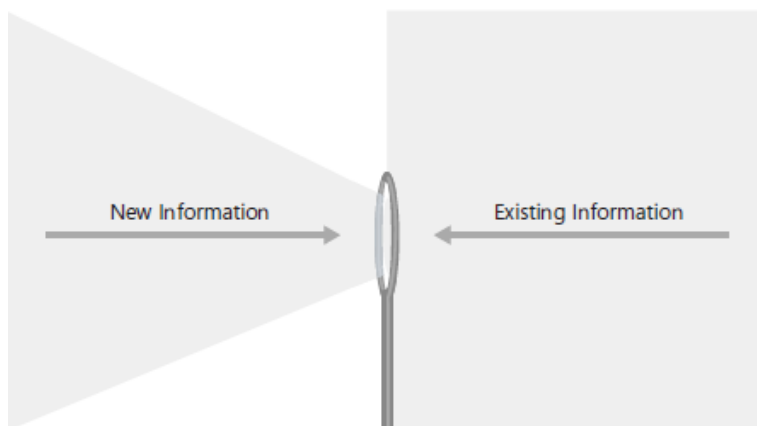
- Kolem nás
- Námi zrovna zpracovávána (working)
- V naší dlouhodobé paměti (long-term)

Nejméně dat je těch, které zrovna zpracováváme. Tudíž jsou naše možnosti velmi omezené a naše „operační paměť“ se stává pověstným uchem jehly (viz následující obrázek) [12]



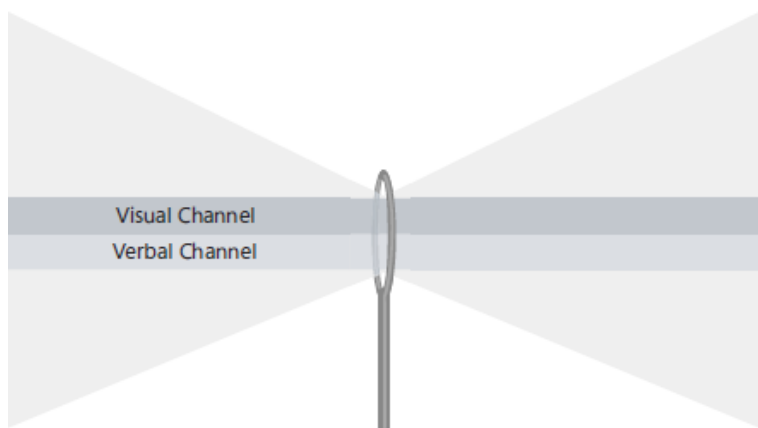
Obrázek 9 – Operační paměť

Z tohoto vycházíme při podávání informací posluchačům během prezentace. Podávat jenom tolik informací, co jsou schopni aktuálně zpracovat. Dalším rozšířením této myšlenky můžeme dostat závěru, že stačí jedna „malá“ informace k uvědomění si souvislostí mezi tím co dlouhodobě známe a tím co je nám představováno. Pokud si toto uvědomíme, pak je pro nás daleko snazší pochopit, či se naučit danou problematiku. [12]



Obrázek 10 – vyvolání souvislostí

Dále se autor věnuje problematice verbálního a vizuálního vnímání. Hlavní myšlenka čerpá z předpokladu, že naše vnímání pracuje na dvou kanálech (již zmíněné verbální a vizuální vnímání). Pokud budeme číst (přednášet) stejný obsáhlý text, který máme v prezentaci, pak na posluchače zbývá nesnadný úkol. A to sice, že musí zpracovávat jednu stejnou věc dvěma způsoby. Snaží se poslouchat nás, ale zároveň vizuálně zpracovávat prezentaci, jenže na ní jsou zase jenom naše slova. Než je stačí posluchač zpracovat, snaží se dávat do souvislosti dvě věci, o kterých neví, že jsou totožné. A to vede k nepochopení, ztracení orientace v dané problematice. [12]



Obrázek 11 – Vizuální a verbální kanál

### Tvorba prezentací

Prezentaci bychom měli vytvářet na základě dějové osnovy (viz příloha I – dějová osnova). V této tabulce vyplníme vše potřebné a to se dá následně vyexportovat do aplikace PowerPoint k vytvoření základní struktury prezentace. (za předpokladu stáhnutí šablony vytvořené autorem konceptu).

Dalším vhodným způsobem je použití tabletu. Můžeme si do prezentace načrtávat obsah, který později přidáme, nebo přímo kreslit a psát.

Velmi výkonným nástrojem aplikace PowerPoint je zobrazení přednášejícího. Spustíme prezentaci a na plátně se zobrazí snímky, tak jak jsme zvyklí, kdežto na našem monitoru je tomu jinak. Naše okno je rozděleno na několik částí, kdy na jedné vidíme právě prezentovaný snímek, vedle něj narazíme na své poznámky, které můžeme libovolně zvětšovat, či zmenšovat. Dále můžeme narazit na pás snímků, jak jdou za sebou. To nám pomáhá k lepší orientaci v prezentaci. Velmi důležitou funkcí je zobrazení času (kolik je hodin, jak dlouho prezentujeme) a také můžeme použít zvýrazňovače a skryté snímky jsou lehce po ruce. Na následujícím obrázku je vyobrazen pohled z hlediska prezentujícího.

**PACKARDŮV EFEKT**

Zvýšená spotřeba piva      Zvýšená spotřeba coca-coly

JANŮ TOMÁŠ      13.12.2010      7

Posílali prahově pivo colu cigarety a kouření zakázáno  
Drinky ani cigara žádné změny nezaznamenaly

Ale v jedné skupině víc piva než je průměr a v druhé více coca-coly.  
Při dodatečných rozhovorech bylo zjištěno, že se jedná o výsledek očekávání že půjde o pokus zaměřený na podprahové vnímání.  
2 osoby napadlo že pokus který vede ústav univerzity a je nabízena cola nebude jen tak.  
Pár studentů četlo univerzitní ročenku, kde bylo něco s podprahovým vnímáním.  
Chtěli aby se to podařilo – tak pili colu, páč se moc nepila

Ve druhé skupině zase dokazovali ze se nenechají nikým ovlivňovat, což se jim podařilo angažovaným pitím piva

Výsledky byly shrnuty jako konec legendy, ve všech experimentech se našla chyba.

Nebylo nikdy prokázáno

Snímek: 7 z 18      Čas: 01:39      17:02      Lupa: [magnifying glass icon]

5 PRŮKLOMÉ METODY VÝZUMU TRHU      6 REKLAMA      7 PACKARDŮV EFEKT      8 VÝRĚKY A SLOBY KEMLA POJZE UŽITKOVÝ CÍL      9 ZÁKLADNÍ PRŮKLOMÉ METODY      10 EYE TRACKING

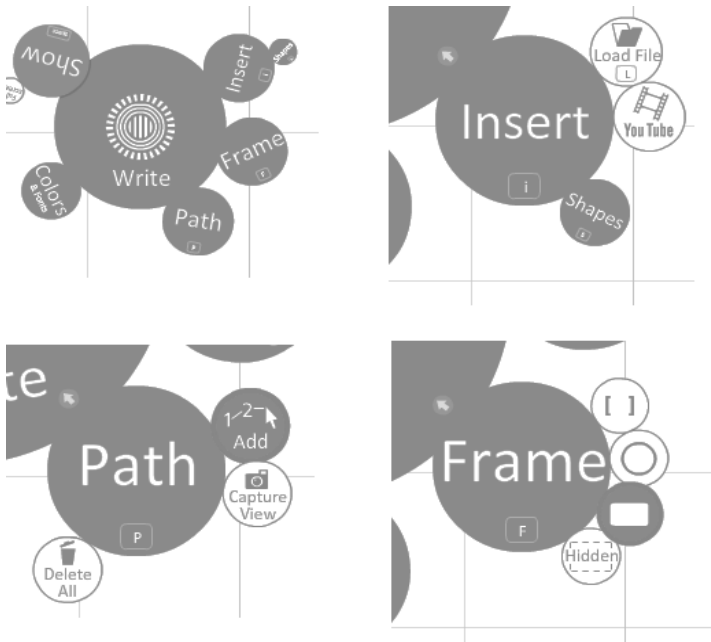
Obrázek 12 – Zobrazení přednášejícího (PowerPoint 2010)

### 5.3 Webová služba Prezi.com



Prezi se snaží odstranit veškeré stereotypy prezentování a to tím, že přišlo se zcela novým konceptem na tvorbu prezentací. Jednotlivé prvky prezentace můžeme pokládat kamkoliv na pracovní ploše. Samotná prezentace pak probíhá přibližováním a oddalováním určitých kousků pracovní plochy. To nám přináší svobodu v prezentování v tom smyslu, že nejsme omezeni pouze na sled jednotlivých snímků tak, jak jsou za sebou v prezentaci řazeny. Můžeme se libovolně pohybovat, přibližovat. Tím také upoutáme posluchače a zapojíme jejich prostorovou představivost. [21]

Na následujícím obrázku můžeme vidět hlavní (a jediný) ovládací prvek celé aplikace.

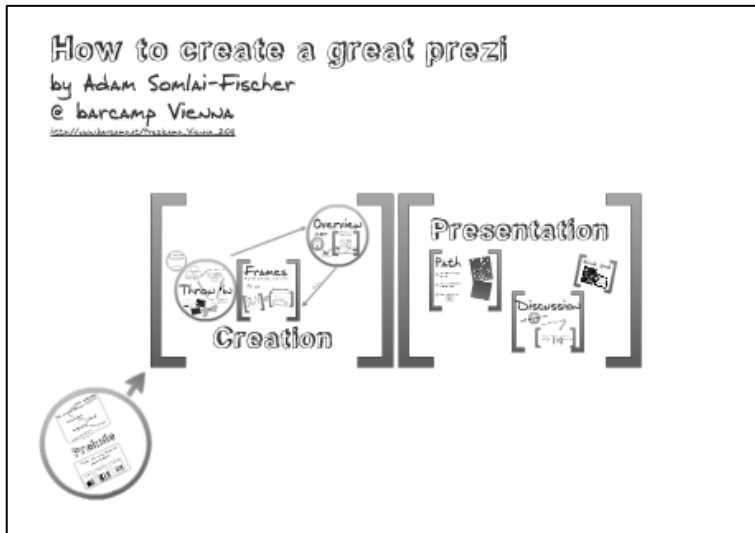


Obrázek 13 – ovládací kruh Prezi [22]

Tento ovládací prvek se objevuje v levém horním rohu pracovní plochy. Kliknutím na jednotlivou činnost, kterou chceme provést, se nám menu rozpohybuje a přiblíží kruh, na který jsme klikli. Zároveň se nám ukáží další možnosti činností, kterými můžeme pokračovat. Například klikneme-li na kruh s nápisem *insert*, pak se tento přiblíží a nabídne nám další možnosti. A to jestli chceme vložit soubor z počítače (load file), video z youtube nebo nějaký tvar (shapes). Po kliknutí na *shapes*, by se nám kruh opět přiblížil a nabídl nám další možnosti. Nespornou výhodou je možnost používání klávesových zkratk při přecházení v ovládacím kruhu.

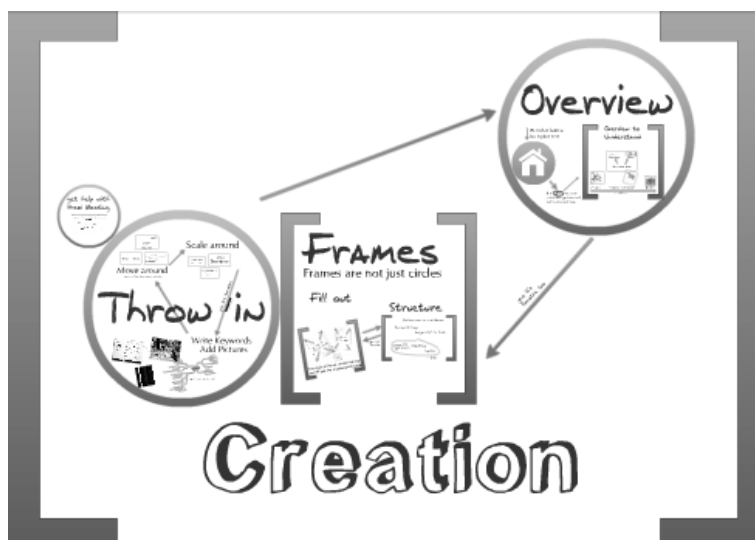
Samotná prezentace pak může vypadat následovně:





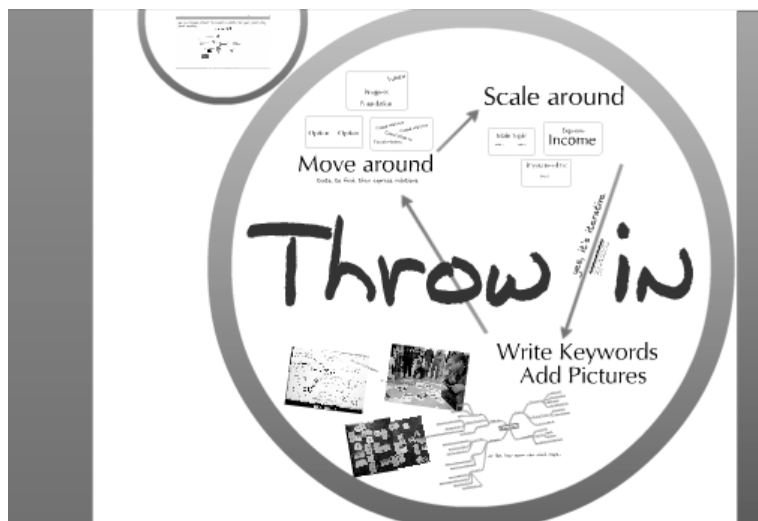
Obrázek 14 – Snímek číslo 1 [23]

Na snímku číslo 1 je vidět úvodní snímek prezentace. Zobrazuje zároveň celou pracovní plochu a nic víc, než to, co vidíme teď, už tam nebude. Ovšem nyní nevidíme vše, jediné co můžeme kromě názvu a autora vyčíst, jsou dva modré nadpisy „Creation“ a „Presentation“. Tyto slouží jako osnova, či plán, prezentace.



Obrázek 15 – Snímek číslo 2 [23]

Následující „snímek“ vzniká přiblížením jednoho z nadpisů, které jsme viděli předchozí fázi. Tímto přiblížením se nám naskýtá další rozdělení a přehled, čemu se tento bod bude detailněji věnovat.



Obrázek 16 – Snímek číslo 3 [23]

Dalším přiblížením se již začneme detailně věnovat jednomu z dílčích bodů. Nyní se otevírají možnosti nekonečného pohybu v rámci námi vyznačené kružnice (Snímek číslo 3). Zde můžeme uvést jednotlivé příklady, procesy, videoukázky, důležité body tématu.

#### 5.4 Další možnosti online tvorby prezentací



Obrázek 17 – příklady webových služeb

#### 5.5 Vytváření prezentace dle samotných tvůrců PowerPointu

S Microsoft PowerPoint 2010 můžeme mezi ukázkovými prezentacemi vidět a slyšet jednu nabádající nás k tomu, jakým způsobem prezentovat a efektivně využívat aplikaci. Bohužel

tato prezentace nebyla lokalizována, je proto dostupná pouze v anglické mutaci PowerPointu.

Tato prezentace nám objasňuje **5 bodů**, dle kterých máme „správně“ prezentovat a prezentaci vytvářet. Prezentace samotná je ukázkou toho, co vše lze v programu vytvořit a místy je to dílo animátora, což se může zdát nežádoucí, nýbrž z pohledu účelu, ke kterému byla prezentace vytvořena, nejsou námítky na místě.



Obrázek 18 – Pravidlo 1 [24]

**Pravidlo 1** – Zacházej s posluchači jako s králi. Měli bychom vytvářet prezentaci tak, aby uspokojila potřeby posluchačů, nejenom naše. Oni přišli na naši prezentaci a hledají důvody, proč by nás měli poslouchat, sdílet naše myšlenky, či se ztotožnit s našimi vizemi nebo přijmout náš produkt za svůj. Abychom jim to usnadnili, prezentujeme ve srozumitelné formě pro posluchače a případné dotazy rádi objasníme. [24]



Obrázek 19 – Pravidlo 2 [24]

**Pravidlo 2** – Rozšiřuj myšlenky způsobem, který na lidi zapůsobí. Nepřišli na prezentaci, aby si prohlíželi třicet řádků textu na prezentaci. Přišli, aby se vyhnuli čtení naší práce a abychom vyzdvihli základní myšlenky. Nechtějí nic číst, chtějí nás poslouchat a na nás je abychom je přesvědčili o tom, že stojí za to zůstat v posluchárně. Máme nejen neomezené možnosti působení na jejich mysl, ale i na jejich srdce. [24]



Obrázek 20 – Pravidlo 3 [24]

**Pravidlo 3** – Ukaž lidem to, o čem hovoříš. Někteří lidé vnímají lépe verbálně a pro jiné je snadnější vizuální vnímání. Kombinací vhodně zvolené grafiky s menším množstvím textu

oslovíme všechny. Pokud zaměníme text za obrázky, diagramy či grafy, pak posluchači lépe přijmou podávanou informaci, i kdyby jim byl obsah velmi nesympatický. [24]



Obrázek 21 – Pravidlo 4 [24]

**Pravidlo 4** – Vytvářej design, nikoli dekorace. Zde platí pravidlo, že méně bývá více. Měli bychom snímek naplnit jasnými, podstatnými věcmi. Pokud myšlenku vystihuje jedno slovo, pak napíšeme jedno slovo přes celý snímek. Nemusí být vše nutně honosné, barevné a složité. [24]



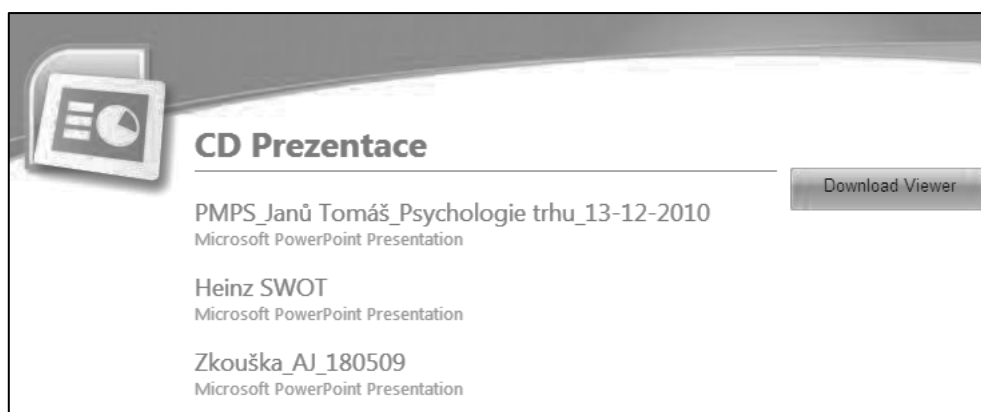
Obrázek 22 – Pravidlo 5 [24]

**Pravidlo 5** – Vytvářej se svými snímky i posluchači dobré vztahy. Neschovávejme se za své snímky. Prolomením tohoto se staneme pro posluchače atraktivnějšími. Omezme množ-

ství informací (textu) v prezentaci na minimum, můžeme si je dát přece do poznámek. Dalším krokem je: trénovat, trénovat a znova trénovat. Jedině tak budeme lepší. [24]

## 5.6 Možnosti uložení prezentace [16]

- **PPT (pptx)** – standartní formát pro uložení PowerPoint prezentace. Výchozí formát aplikace.
- **PPS** – Při spuštění prezentace se nezobrazí prezentace v editačním rozhraní, ale rovnou se spustí na celou obrazovku počítače.
- **Balení pro disk cd** – vytvoří prezentaci tak, aby byla po spuštění z cd nabídnuta možnost, jakou prezentaci spustit, či jestli chceme stáhnout PowerPoint Viewer, který je zdarma a slouží k přehrávání prezentací (ne k jejich editaci). To oceníme, pokud nemáme žádnou aplikaci k přehrávání prezentace. Je ovšem nutné připojení k internetu.



Obrázek 23 – PowerPoint – cd balíček s prezentacemi

- **PDF/XPS** – tento formát má jednu výhodu. A to tu, že si ji pustíme v jakémkoliv prohlížeči těchto souborů v nezměněné podobě (ovšem bez animací a efektů). Uložení to tohoto formátu nám dává jistotu nezměněné podoby prezentace.
- **HTML** – do tohoto formátu uložíme prezentaci, chceme-li ji publikovat na internetu jako webovou stránku.
- **EXE** – tuto možnost nabízejí jenom některé aplikace nebo je možnost použít aplikaci přímo určenou k převodu na tento formát. V podstatě nám dovoluje pustit prezentaci na kterémkoliv PC s operačním systémem Microsoft Windows.

- **Video** – prezentaci máme možnost uložit jako video, pro pozdější přehrávání v dvd přehrávači, v počítači nebo jako flash video určené k přehrávání na webových stránkách.

Mimo již zmíněné můžeme prezentaci uložit jako sadu obrázků – čímž nám odpadá případné focení obrazovky, pokud chceme publikovat vzhled šablony nebo prezentaci na webu. Zřídíme-li funkci vytvořit podklady, pak se prezentace exportuje zpravidla do textového editoru. Soubor bude obsahovat jak snímky, tak i poznámky k prezentaci uložené. Zároveň se tento textový soubor automaticky aktualizuje při změnách v prezentaci.

## 6 ZHODNOCENÍ A POROVNÁNÍ METOD TVORBY PREZENTACÍ

### 6.1 Zhodnocení konceptů tvorby prezentací

Pokud budeme porovnávat pohledy na tvorbu prezentací, musíme tak činit v souvislosti s plánovaným využitím prezentace. Jiné budou naše požadavky při prezentaci produktu a jiné budeme definovat při školení nastupujících zaměstnanců.

Všechny koncepty mají společné následující body tvorby:

- Prezentace není textový dokument – používání co nejméně textu
- Musíme si jasně definovat cíle a využití prezentace (včetně finálního zhodnocení)
- Důležitá je komunikace s publikem – nepřišli se dívat na prezentaci, ale na nás
- Cvičit a cvičit a cvičit – jedině tak dosáhneme zdokonalování
- Volba přiměřené délky a odbornosti prezentace
- Implementace příběhu, působení na emoce posluchačů

Těmto a některým dalším bodům se budu věnovat v závěru práce při zkompletování poznatků a doporučení souvisejících s tvorbou prezentací.

Vyzdvihl bych způsob vytvoření prezentace dle Prezi.com, neboť se určitě jedná o krok dopředu a inovaci v oblasti, kde se nehledá něco nového lehce.



## 6.2 Porovnání možností online tvorby

Tabulka 2 – srovnání jednotlivých webových služeb

	ZOHO	SLIDEROCKET	280SLIDES	GOOGLE	THINKFREE
<b>Rychlost</b>	4	4	5	5	1
<b>Ovládání</b>	3	5	5	4	3
<b>Ex/Import</b>	5	1	3	3	5
<b>Prostor</b>	3	3	2	5	3
	1 GB	1,22 GB		7,5 GB	1 GB
<b>Mutace</b>	2	2	2	5	5
<b>Funkce</b>	5	5	2	3	5
	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>25</b>	<b>22</b>

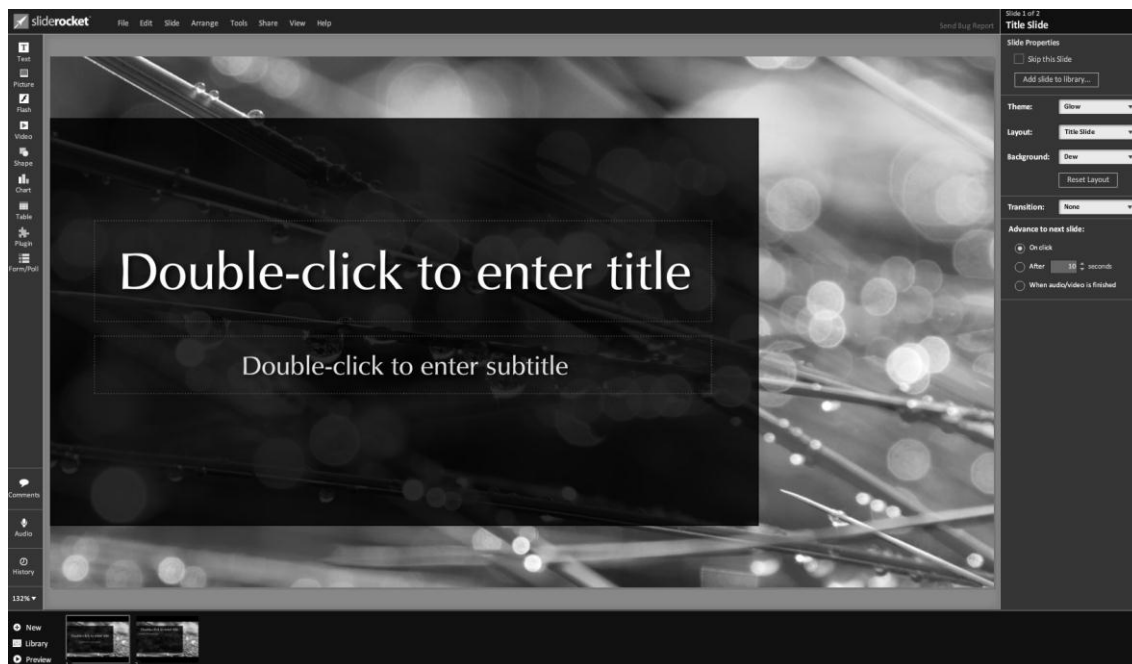
V této části se věnuji srovnání jednotlivých webových služeb vhodných k tvorbě prezentací. Vybral jsem 5 hlavních zástupců, u kterých je možnost užívat je zdarma. V každé hodnocené oblasti mohli získat až 5 bodů. Mnohdy je degradováno hodnocení aplikací tím, že jiná aplikace je lepší nebo nabízí nadstandartní, či originální funkce. Při hodnocení rychlosti nebylo vidět extrémních rozdílů (až na ThinkFree) a na všech aplikacích bylo znát, že jsou spouštěny z internetového prohlížeče. Velkou roli při hodnocení hrálo přeložení do českého jazyka, neboť anglicky každý neumí a některým lidem se může v aplikaci hůře orientovat, pokud nejsou zvyklí na jiné ekvivalenty než ty české.

Do hodnocení jsem nezařadil Prezi.com, neboť se vymyká způsobu tvoření prezentace, který mají ostatní služby společné.

Pár slov o zástupci společnosti Microsoft v oblasti online vytváření a editování prezentací, Microsoft Web Apps, je na konci této kapitoly.

Nejhůře dopadly **Sliderocket** a **280slides**.

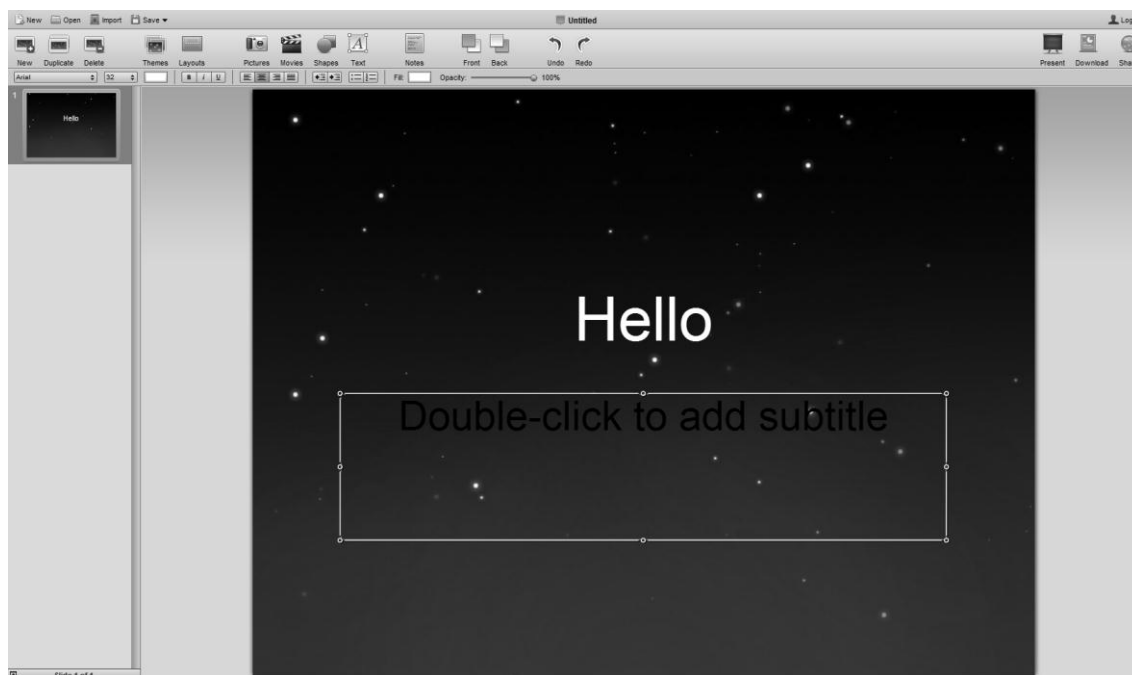
### Sliderocket



Obrázek 24 – Ukázka Sliderocket.com

I přes pěkné a funkční rozhraní se tato služba umístila na spodní příčce. A to z důvodu, že mnoho funkcí je plnohodnotných nebo dostupných až po zakoupení licence. Celkově hodnotím jako velice zdařilou aplikaci se spoustou vychytávek.

## 280 Slides

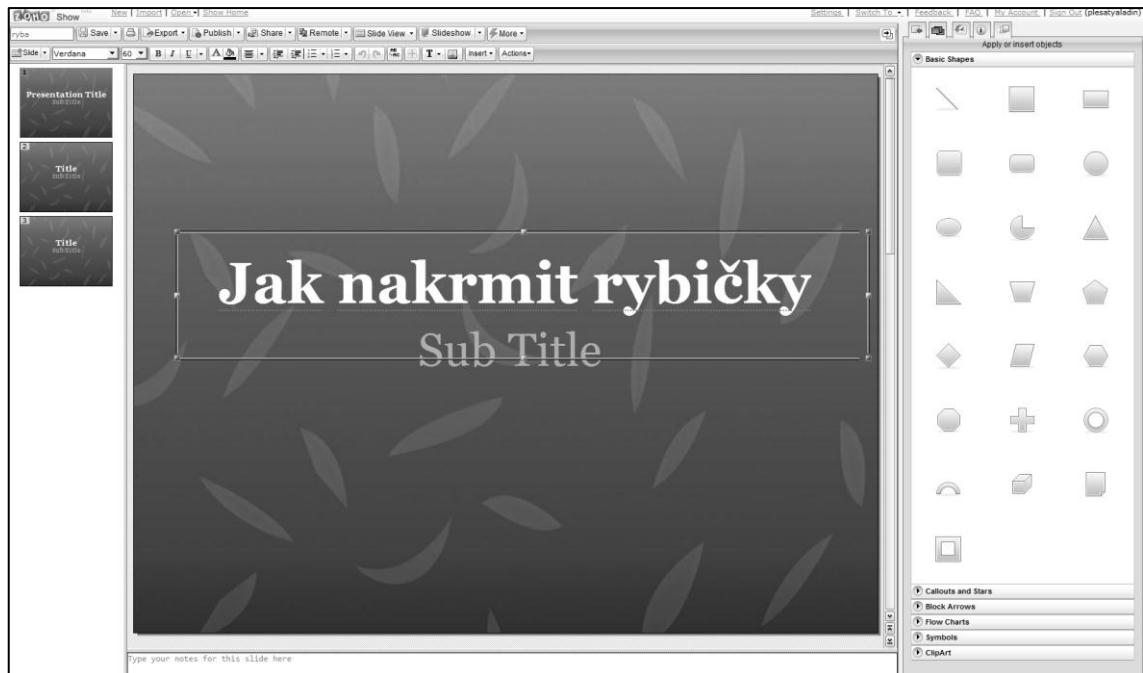


Obrázek 25 – Ukázka 280slides.com

Tato webová služba se umístila na spodní příčce z důvodu malé funkčnosti. Nabízí pouze základní funkce. Běžnému nenáročnému uživateli však bude skvělým pomocníkem. Bohužel import prezentací nepracoval příliš spolehlivě. Stejně jako Slidrocket není přeložena do češtiny.

Na dalších dvou přičkách se umístili **Zoho** a **Thinkfree**

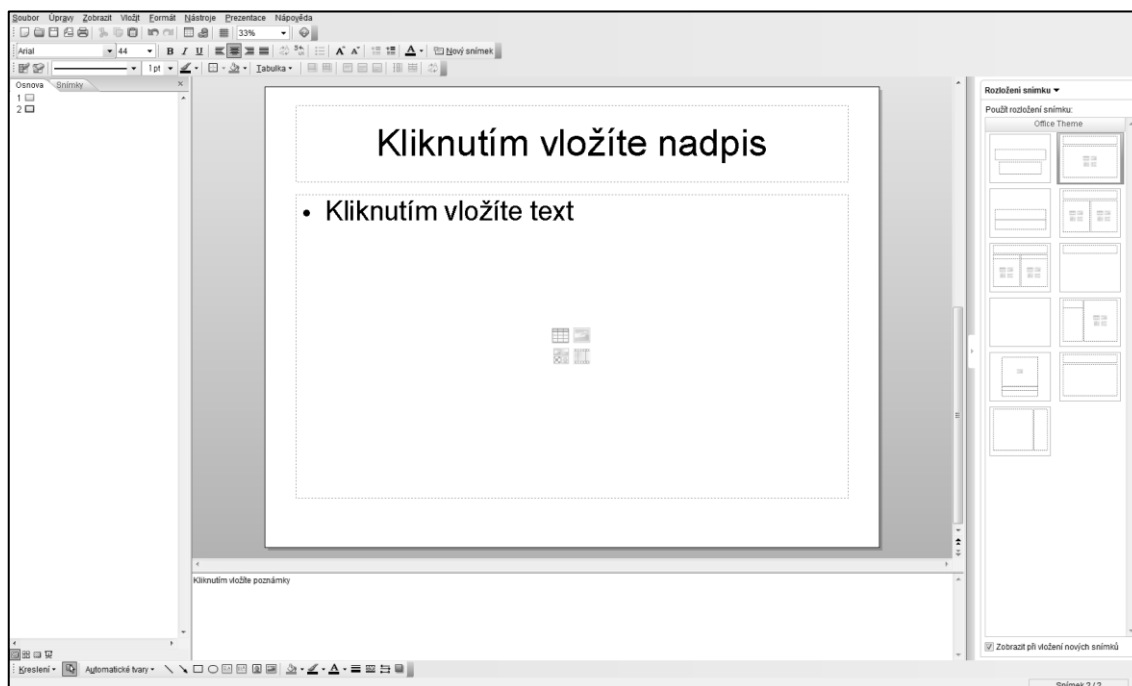
## Zoho



Obrázek 26 – Ukázka Show.Zoho.com

Zoho Show je jeden z nejrozsáhlejších on-line kancelářských balíčků. Nabízí aplikace pro práci s textem, e-mailem, databázemi, správu projektů a jiné. Co se prezentací týče tak vyniká v počtu tvarů, šablon, písem a efektů. Bohužel opět není lokalizován do češtiny. Nabízí navíc dokonalý export a import souborů.

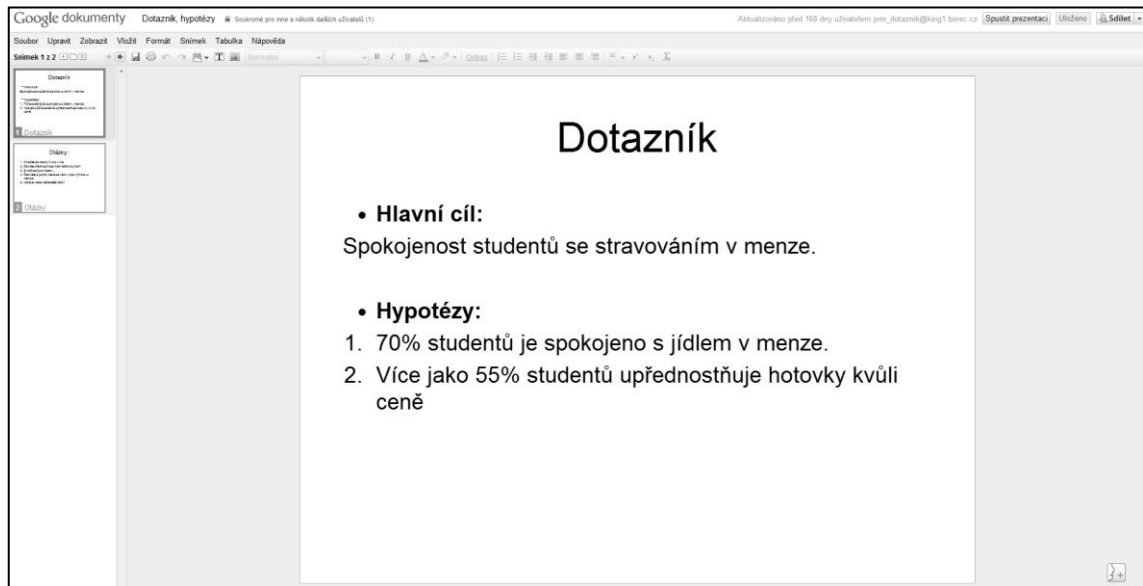
## Thinkfree



Obrázek 27 – Ukázka Thinkfree.com

Mimo prezentace máme možnost tvořit v tomto balíku tabulky, textové dokumenty, či poznámky. Oproti běžným aplikacím, na které jsme zvyklí, této nic nechybí. Vzhled je velice podobný desktopovým balíkům a rozhraní je přeloženo do češtiny. Pro spuštění je nutno mít nainstalovány v počítači Javu. Zřejmě jedinou a zásadní slabinou je rychlost. Čekat 2-3 minuty na otevření souboru by se asi nikomu nechtělo.

## Google Docs



Obrázek 28 – Ukázka docs.google.com

Nejlépe v tomto malém testu dopadl Google se svými Google dokumenty. Tato aplikace si o sobě nemyslí nic víc než to, že je webová aplikace. A dle toho to také vypadá. Pokud chceme vytvářet online prezentaci, pak je pro nás dokonalými funkcemi spolupráce na prezentaci, rychlost, možnost mluveného komentáře k prezentacím, či velmi jednoduché sdílení. Naopak můžeme pozorovat nedostatečnou podporu formátů (jen ppt, pdf, txt) a ne vždy zcela dokonalý import prezentací. Aplikace je lokalizována do češtiny.

Můžeme říci, že neuděláme chybu ani s jednou možností, pokud budeme vybírat v závislosti na tom, co očekáváme a požadujeme. Velkým problémem je rychlost u aplikace **ThinkFree**, aplikace byla tak pomalá, že by od používání odradila i ty nejotrlejší z nás. Pokud hledáme něco jednoduchého, pak je na místě **280Slides**. Aplikace **SlideRocket** se mi líbila ze všech nejvíce, má plno vylepšení a užitečných nástrojů, ale pokud ji chceme využívat zdarma, pak se stává průměrným nástrojem, který sice nabídne vysokou funkčnost, ale výrazné přínosy oproti ostatním aplikacím odpadají.

Favority pro používání se tedy staly **Zoho** a **Google Docs**. Zoho nabízí největší svobodu ve volbě formátů a efektů (písma, šablony, tvary). Oproti tomu Google Docs nabízí nadstandardní možnosti online publikace a editování.

Většina aplikací nabízí možnost sdílení online. Dále bych k nim přidal **SlideShare.com**, což je webová služba zaměřená na sdílení prezentací.

Nesmíme zapomínat ani na **Microsoft Web Apps**. Následně uvádím hlavní výhody této služby:

- Spolupráce s Microsoft Office
- Zdarma úložiště 25 GB
- Možnost spoluvytváření a sdílení prezentací
- Možnost nasazení ve velkých podnicích na vlastních serverech

Plnohodnotný běh je bohužel zaručen pouze v prohlížeči Internet Explorer. Někomu může pro využívání zdarma vadit nutnost registrace na stránkách Microsoft.com.

## 7 PREZENTACE – IDENTIFIKACE A ZHODNOCENÍ TRENDŮ

Prezi.com – již několikrát zmiňovaný koncept tvorby prezentací opět zmiňuji, neboť bude určitě zajímavé sledovat, jak uživatelé přijmou tento pohled na prezentování, či jakým způsobem se bude tato služba dále vyvíjet. Trend je teda jasný – **něco nového, neotřelého**, co bude funkční a zároveň se bude lidem líbit.

Dalším trendem je využívání **multimediálního hardwaru**, ať už se jedná o různé prezentační dálkové ovládání, mobilní telefony s projektorem, dotykové tabule, či, to se může zdát jako sci-fi, 3D holografické prezentace v reálném čase.

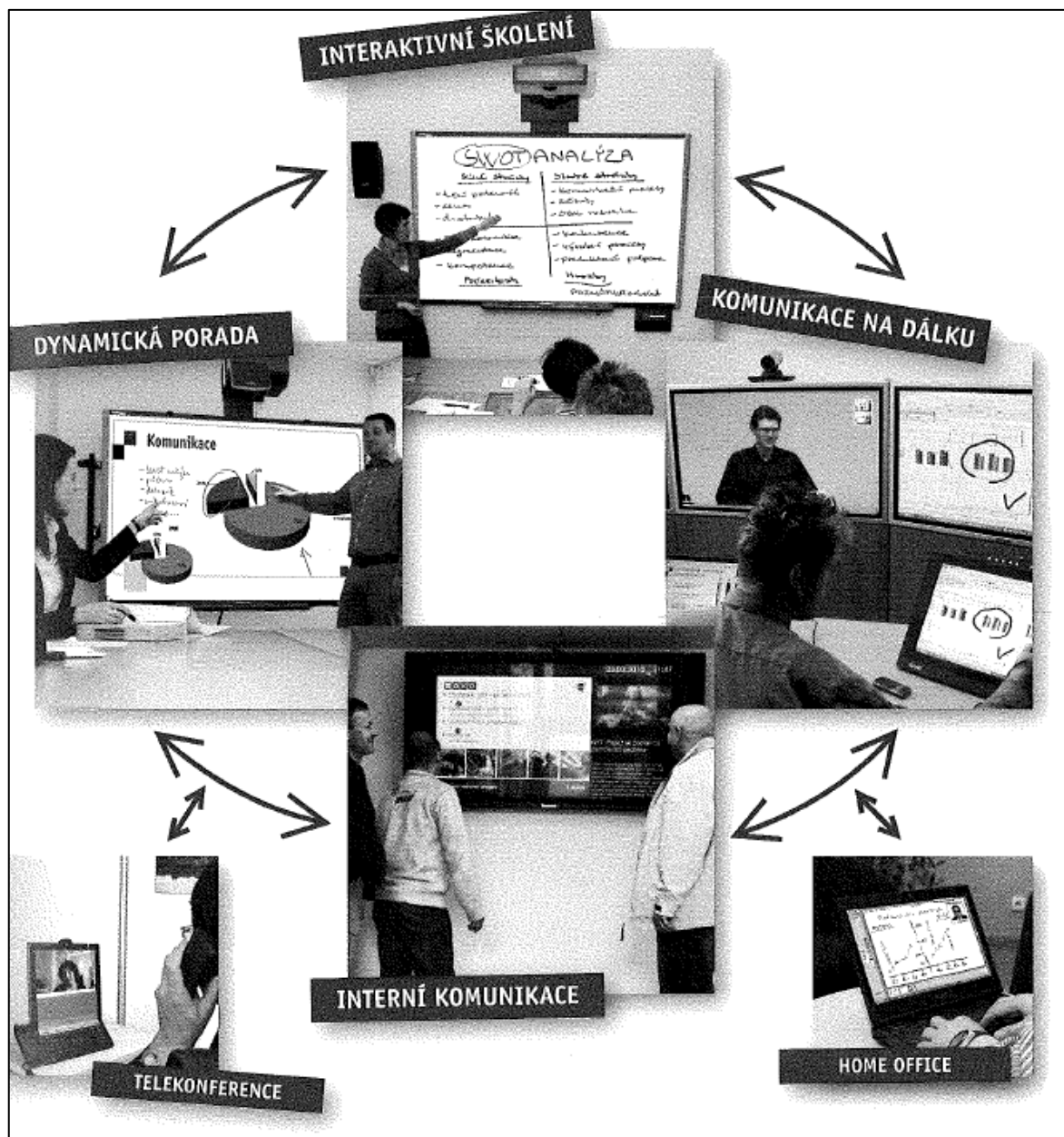
Čím více budeme zahlceni technikou, tím bude znatelnější rozšíření **virtuálních prezentací**, které se již v dnešní době začínají využívat (vzdálená konference, prezentace odborníka odjinud ze světa).

Se stále rostoucím využíváním prezentací ve školách nejspíše vzroste také jejich efektivita.

Dle mého názoru bude dbán čím dál větší **důraz na obsah a přínos prezentací**. Bude se tedy sledovat nějakým všeobecně dostupným softwarem jejich hodnota, neboť dnešní svět je přehlčován a duplikován informacemi, které se mohou velmi snadno přecenit nebo stát nedůvěryhodnými.

Na dalším obrázku můžete postřehnout i jiné trendy využívání prezentací v komunikačních procesech.





Obrázek 29- moderní komunikační trendy [2]

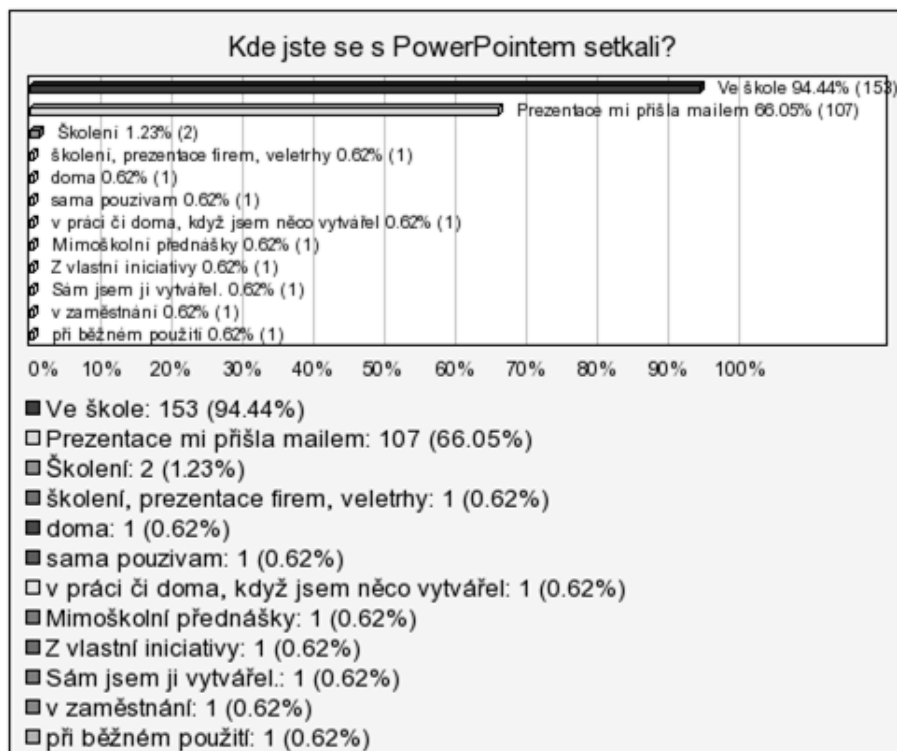
## 8 VYUŽÍVÁNÍ PREZENTACÍ VE ŠKOLSTVÍ A V PODNICÍCH

Jak jistě máme všichni možnost sledovat, prezentace se hojně využívají ve školství. Patrnější je tento trend na vysokých školách, neboť potřebujeme sdělit daleko větší množství informací daleko většímu množství posluchačů. Od tohoto se odvíjí využívání v podnicích. Nejenom, že se jedná o velmi zdařilou metodu přenosu jakékoliv informace, či myšlenky, ale zároveň není extrémně nákladná a čerstvým absolventům vysokých škol není tvoření prezentací cizí.

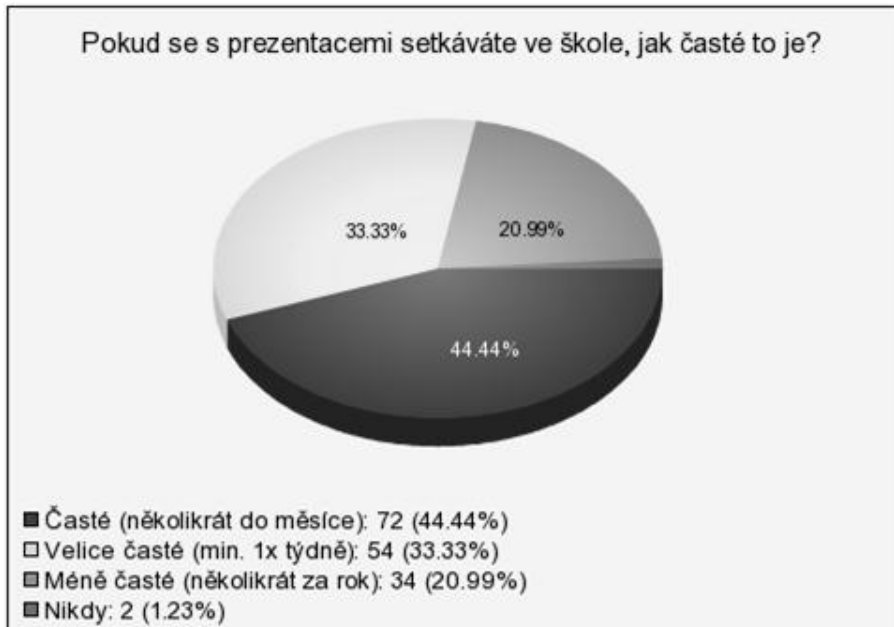
### 8.1 Školství

Na základě dotazníkového průzkumu, který mapuje využívání a kvalitu PowerPoint prezentací na středních školách, si uděláme přibližný obraz toho, jakým způsobem jsou prezentace využívány.

Celkový počet respondentů je 162. Z toho je 125 žen a 37 mužů. Více než polovina dotázaných navštěvuje obchodní akademii a 20% jsou studenty gymnázia. 17% navštěvuje střední odbornou školu.

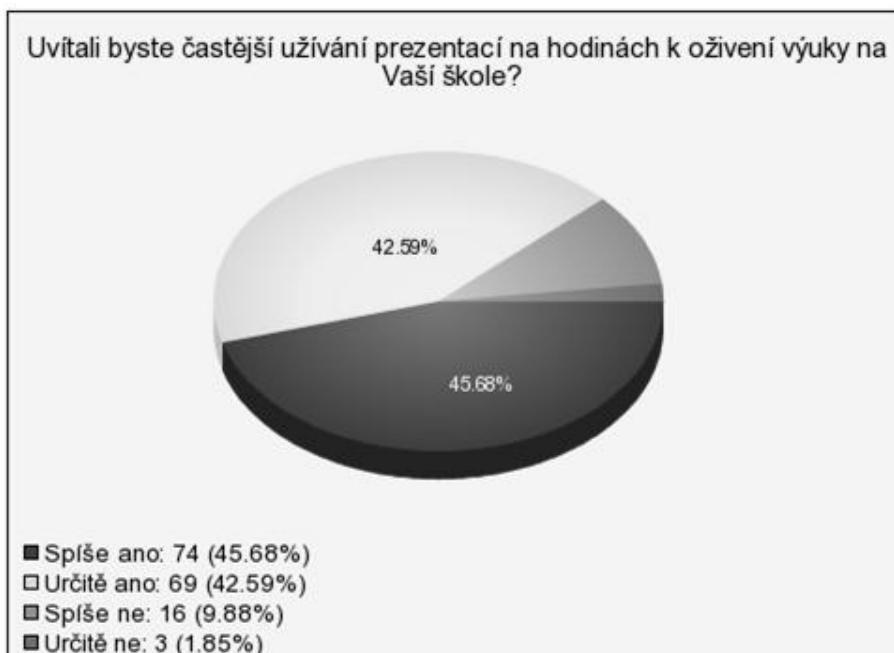


Obrázek 30 – Dotazník – střední školy [25]



Obrázek 31 – Dotazník – střední školy [25]

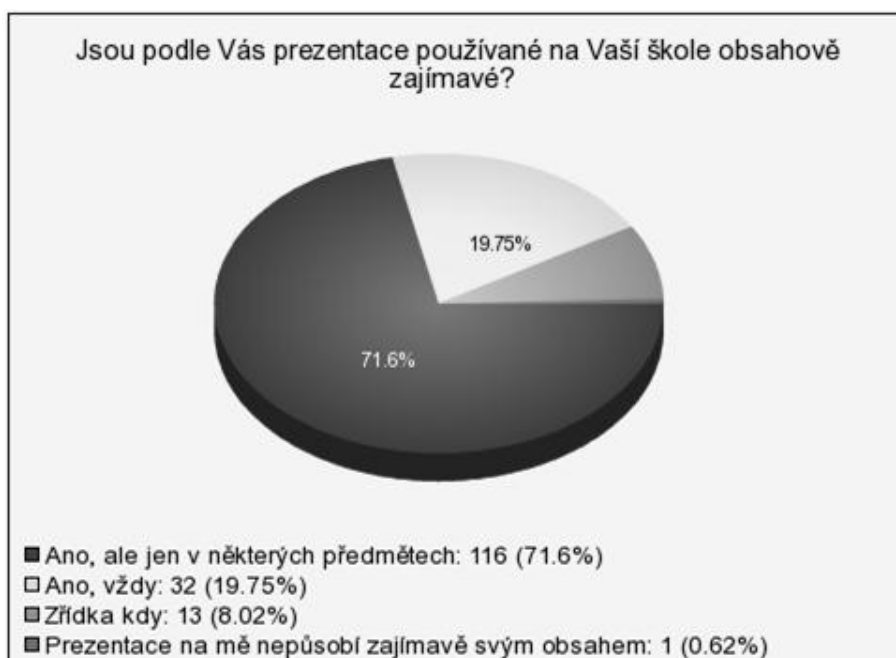
Z předcházejících dvou obrázků vidíme, že 94% dotázaných se na střední škole s prezentací již setkala. A z těch 94% se téměř polovina setkává často a třetina velice často. Z tohoto můžeme usoudit, že prezentace, jako vyučovací pomůcka, nejsou na středních školách žádnou novinkou. 88 procent respondentů by však uvítalo častější užívání prezentací k oživení výuky.



Obrázek 32 – Dotazník – střední školy [25]



Obrázek 33 – Dotazník – střední školy [25]

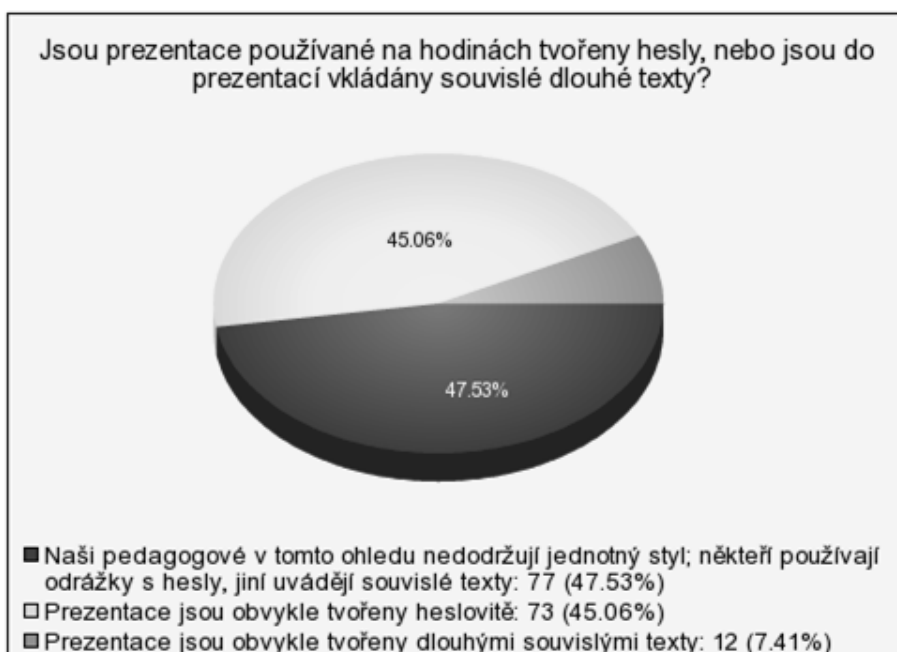


Obrázek 34 – Dotazník – střední školy [25]

Grafická a obsahová zajímavost prezentací značně pokulhává. Většina respondentů zastává názor, že prezentace jsou zajímavé jen v některých předmětech. Zde můžeme vyvodit závěr, že jen malá část prezentací je tvořena cíleně, efektivně a s dostatečnou péčí. Není-li prezentace pro posluchače obsahově zajímavá, snižuje se množství jim předaných informací a také jejich pozornost.

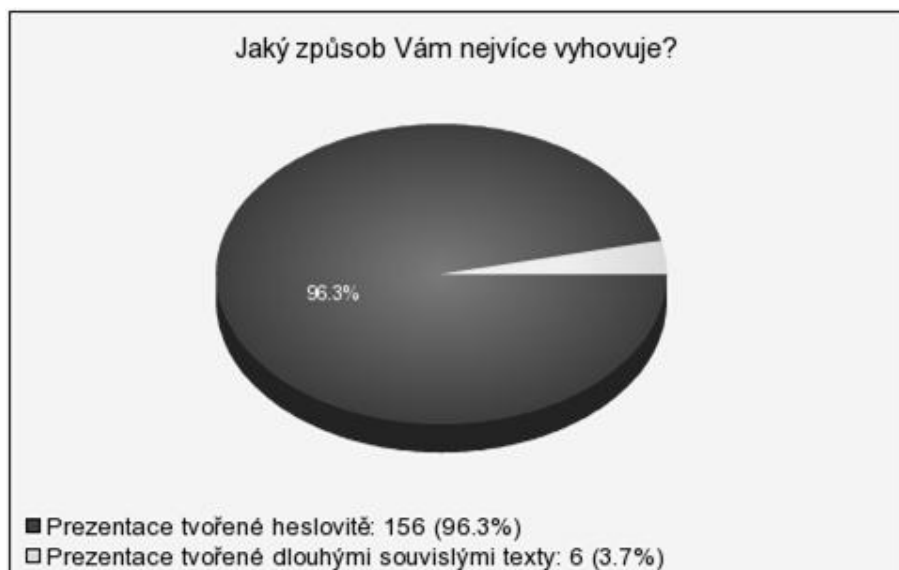


Obrázek 35 – Dotazník – střední školy [25]



Obrázek 36 – Dotazník – střední školy [25]

I přesto, že jsou prezentace většinou tvořeny heslovitě, tak jsou ve větší míře umisťovány na školní web. Pokud jsou k dispozici pouze prezentace bez vysvětlujících textů, pak nejsou pro další samostudium příliš vhodné. Určitým přínosem je použití poznámek k jednotlivým snímkům přímo v prezentaci. Tak si může posluchač projít nejen hlavní myšlenky tématu, ale i samotný studijní text.



Obrázek 37 – Dotazník – střední školy [25]

Respondenti se vesměs shodli na názoru, že jim více vyhovuje prezentace tvořená heslovitě. Opačné názory odůvodňovali respondenti například možností pozdějšího zhlédnutí, vypisování poznámek přímo z prezentace, či nepotřeba učitele, aby byla prezentace kompletní. V tomto případě bych doporučil se vzájemným rozepisováním prezentace uživatelům, také poslat studijní text (samozřejmě vytvořeném v textovém editoru). Dalšími možnostmi jsou již zmiňované poznámky k jednotlivým snímkům.

Je důležité si uvědomit, že prezentace slouží jako vizuální pomůcka při předávání informací posluchačům, ne ke sdílení rozsáhlých textů. Dále bych doporučil sjednocení způsobu tvorby prezentací na jednotlivých školách. Toho můžeme docílit školením pedagogů v problematice tvorby a používání prezentací.

Mnohdy učitelé vytvářejí prezentace proto, aby prostě byly. Od tohoto se pak odvíjí kvalita. Další zase jako hlavní nevýhodu při tvorbě „lepší“ prezentací uvádí nedostatek času, či malá podpora ve vedení školy.

Shrnu bych to slovy: snažme se vytvářet prezentace tak, aby byly použitelné a užitečné, přinášely nám určitou přidanou hodnotu. V opačném případě je lepším rozhodnutím s tvorbou ani nezačínat.

## 8.2 Podniky

V podnicích se samozřejmě prezentace využívají. Hlavní oblasti využití:

- Školení zaměstnanců – bezpečnost, změna výrobku, zaučení zaměstnanců, jazykové kurzy poskytované zaměstnancům, školení o nových metodách prodeje
- Produktová prezentace – ukázka a představení nového produktu vedení společnosti, potenciálním i stávajícím zákazníkům, zaměstnancům
- Prezentace na představení projektu (plánování, výsledky)
- Vše – zajímavá kategorie podniků – využívají prezentace ve všech procesech souvisejících s předáváním informací.

Zavedení využívání prezentací v podnicích sebou nese určitá **úskalí a problémy**:

- Počítače pro zaměstnance prezentace vytvářející
- Počítač určený pro spouštění prezentace
- Projektor + plátno, případně jiná promítací, či multifunkční zařízení
- Multimediální zařízení, mikrofon, reproduktory
- Softwarové vybavení počítačů
- Určení a zaplacení osoby, která bude řešit problémy funkčnosti
- Montáž zařízení, připojení počítače do podnikové sítě, nábytek
- Školení o používání aplikace pro vytváření prezentací
- Vytvoření jednotné šablony
- Školení o používání hardwaru (dotyková tabule, televize, projektor, ...)
- Velká časová náročnost při tvoření prezentací (zhodnotit, zda bude dostatečné a smysluplné využití prezentačních prostředků)

I když se to na první pohled nemusí zdát, není nejlevnější začít s prezentacemi v podniku, který má jeden server, jeden počítač, žádný počítač.

Běžně se ve větších podnicích prezentace využívají. Výrazně převažuje použití k prezentování produktu, různá školení (prodejní schopnosti, bezpečnost). I zde si tvůrci většinou vystačí se svými dovednostmi z textového editoru, či mailu. Proto nejsou prezentace ve většině případů závratně okouzující (zvláště jedná-li se o prezentaci faktů, které v minulosti nastaly). Odrazovým můstkem bývají právě prezentační schopnosti ze školy, které zároveň nejsou nijak rozvíjené (což vidím asi jako hlavní problém). Pár lidí, kteří se tvorbě prezentací věnují nebo se o problematiku zajímají, se najít mezi zaměstnanci dá. Ale jeden člověk nevyřeší sám mnoho věcí najednou a také jej musíme patřičně ohodnotit.

## 9 JAK VYTVOŘIT PREZENTACI – ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

Na závěr poukazuji na závěry a poznatky při tvorbě prezentací.

### 9.1 Jak? Proč? Co?

1. **Jak** - V první řadě bychom si měli vybrat, **jakým způsobem budeme prezentovat**. Zda bude naše řeč doprovázena prezentací v PowerPointu, videem, zvukovou ukázkou, či nikoliv. Jestli budeme prezentaci číst, umět nazpaměť nebo budeme sledovat jednotlivé body (ať už na papíru, či monitoru). Osobně bych volil celou prezentaci spatra, či poznámky s jednotlivými body řeči, abychom se neztratili a nezapomněli říct důležité věci.
2. **Proč** - Následně si musíme jasně a co nejjednodušeji definovat **cíle prezentace**. Například chci, aby si posluchači koupili můj produkt, abych obhájil kvalifikační práci, pobavil publikum.
3. **Co?** - Dále si důkladně rozpracujeme **obsah prezentace** tak, abychom měli o tématu určité povědomí a byli připraveni na možné otázky z řad obecnstva.

### 9.2 Co vzít v úvahu při tvorbě prezentace?

Je samozřejmě jasné, že každý se zaměřuje na jiné věci, neboť naše slabiny jsou různé. Pro někoho to může být samozřejmost a pro jiné zase zcela zásadní zjištění.

#### Všeobecná pravidla, která většinou známe

- a) Hlas, řeč, stres – určitě jsou namísto hlasová cvičení a pozorování sebe sama před zrcadlem. Při větší míře stresu se tyto projevy výrazně mění (bez našeho vědomí) a mohou působit až komicky. Dokonalým pomocníkem, který doporučuji používat při nácviu prezentování, je kamera – ta nikdy nelže.
- b) Příprava – tu nesmíme v žádném případě podceňovat, pokud nejsme dobří improvizátoři nebo herci. Posluchači jsou schopni rychle poznat, že nevíme, o čem mluvíme, v tom lepším případě jen nepochopí, co jim chceme říct.
- c) Znalost auditoria, délka a odbornost prezentace – publikum musíme znát, abychom mohli přizpůsobit právě zmiňovanou délku a odbornost prezentace. Abychom se připravili na různé reakce pro tuto skupinu typické.



- d) Oblečení – podporuji názor, že bychom měli být oblečení nejlépe o stupeň formálněji, než naši posluchači. Dále je důležité, abychom se cítili v oblečení dobře a pohodlně. Pokud přijdete například v pyžamu, pak vaše formalita, důstojnost, vážnost rapidně poklesne, právě teď je ta nejvhodnější možnost, jak ostatním dokázat, že prezentovat UMÍTE.

### **Další prvky a zajímavé možnosti prezentací**

- a) Vztah k posluchačům – měli bychom být k posluchačům zdvořilí a zajímat se o jejich názory. Jsou to právě posluchači, co nám poskytují nejhodnotnější zpětnou vazbu.
- b) Originální, poutavá prezentace – Snažme se vytvářet každou prezentaci něčím jinou, originální. Právě těmito pokusy se naučíme nejvíce. Naše zkušenosti, které jsme takto získaly, jsou pro nás velmi cenné.
- c) Příběh v prezentaci – příběhem upoutáme pozornost posluchačů. A nejen to, dokonce ji i udržíme.
- d) Působení na emoce a mysl posluchačů – opět prospívá k udržování pozornosti posluchačů a pomáhá k zapamatování a osvojení dané problematiky.
- e) Vytvářej design, nikoliv dekorace – nejhorší možností je přidávání obrázků a barev jenom proto, aby prezentace byla barevná. Horší možnost většinou poznáme tak, že grafikou nesledujeme téma prezentace, barvy snímků se střídají jako na kolotoči.
- f) Funkce *zobrazení prezentujícího* v Microsoft PowerPointu – často opomíjená, či neznámá funkce. Umožňuje nám zobrazit si poznámky na monitoru. Efekt je výrazný – nikdo netuší, co vidíme, pokud text vyloženě nečteme.

Nakonec bych zdůraznil eliminaci strachu ze zkoušení něčeho nového (neosvědčeného, neznámého, jiného, než jsou ostatní zvyklí) při tvorbě prezentace. Zkuste vložit prvek osobitosti. Jednak Vám prezentace více „sedne“ (vytvoříte dokonalý tým) a prezentace bude originální, všichni jsme totiž originální.

## ZÁVĚR

Po zhodnocení různých způsobů tvorby prezentací jsem došel závěru, že staví na velmi podobných, pravděpodobně i osvědčených, základech, jak zapůsobit na lidi a efektivně přenést informaci. Všechny mají své specifické prvky, které tvoří prezentaci ojedinělou. Možnosti online tvorby a spolupráce na prezentaci jsou dnes téměř neomezené, což jistě velmi přispívá k zefektivnění procesů v podniku. Právě efektivní spolupráce a komunikace se může stát naším velmi ceněným know-how.

Na způsob vytváření prezentací, jak nás to učí většinou ve škole, si lze velice rychle zvyknout. Vidím to jako nevýhodu, neboť s tímto názorem se lidé prezentují mnoho let poté, co školu opustili. Tyto práce postrádají jakékoliv nápady a o kreativním tvoření, či originálním přístupu zde v žádném případě nemůže být řeč.

Chceme-li hodnotu prezentace zdvojnásobit, použijeme polovinu slov v ní obsažených. Zároveň se nesmíme bránit novým myšlenkám nebo se jich dokonce bát. To jsou předpoklady pro změnu ve způsobu myšlení při vytváření prezentace.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

1. **MEDLÍKOVÁ, Olga.** *Přesvědčivá prezentace.* 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha : Grada, 2010. 144 s. ISBN 978-80-247-3455-2.
2. **KABÁTEK, Aleš; LOŠŤÁKOVÁ, Olga.** *Obchodní a manažerská prezentace.* 1. vyd. Praha : Grada, 2010. 205 s. ISBN 978-80-247-3344-9.
3. **HOSPODÁŘOVÁ, Ivana.** *Prezentační dovednosti.* 2., upr. vyd. Praha : Kernberg publishing, 2007. 172 s. ISBN 978-80-903962-9-6.
4. **KOPECKÝ, Ladislav.** *Prezentace v marketingových komunikacích.* 1. vyd. Praha : Grada, 2010. 160 s. ISBN 978-80-247-3123-0.
5. Časté chyby řečníků. *Úspěšná prezentace.* [Online] 2007. [Citace: 11. Duben 2011.] <<http://www.uspesnaprezentace.cz/vystupovani-a-forma/caste-chyby-recniku/>>.
6. *Základní škola Stonařov.* [Online] 2004. [Citace: 15. Duben 2011.] <[http://zs.stonarov.indos.cz/projekty/prezentace/inf\\_pocitacova\\_prezentace.ppt](http://zs.stonarov.indos.cz/projekty/prezentace/inf_pocitacova_prezentace.ppt)>.
7. *Mendelova univerzita v Brně.* [Online] 2011. [Citace: 15. Duben 2011.] <<https://akela.mendelu.cz/~rybicka/prez/ie1/predn2tisk.pdf>>.
8. **VANÍČKOVÁ, Jana.** Tvorba a příprava prezentací na PC. *Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity.* [Online] 29. Leden 2009. [Citace: 13. Duben 2011.] <[http://www.ped.muni.cz/wtech/03\\_studium/kpv/prezentace.pdf](http://www.ped.muni.cz/wtech/03_studium/kpv/prezentace.pdf)>.
9. Jak správně prezentovat. [Online] 2007. [Citace: 15. Duben 2011.] <[http://peru-foto.xf.cz/presentation/jak\\_spravne\\_prezentovat.doc](http://peru-foto.xf.cz/presentation/jak_spravne_prezentovat.doc)>.
10. Práce na prezentaci současně s dalšími uživateli. *Microsoft Office.* [Online] 2011. [Citace: 15. Duben 2011.] <<http://office.microsoft.com/cs-cz/powerpoint-help/prace-na-prezentaci-soucasne-s-dalsimi-uzivateli-HA010344967.aspx>>.
11. *Úspěšná prezentace.* [Online] 2011. [Citace: 15. Duben 2011.] <<http://www.uspesnaprezentace.cz/>>.
12. **ATKINSON, Cliff.** *Působivé prezentace v PowerPointu 2007.* 1. vyd. Brno : Computer Press, 2008. 334 s. ISBN 978-80-251-2119-1.
13. **BECK, Gloria.** *Zakázaná rétorika: 30 manipulativních technik.* 1. vyd. Praha : Grada, 2007. 266 s. ISBN 978-80-247-1743-2.

14. **SLÁMALOVÁ, Hana.** Rétorika. [Online] 3. Prosinec 2006. [Citace: 15. Duben 2011.] <<http://hasl.slamow.com/content/view/43/61/>>.
15. Zvládání stresu. *Brain Jogging*. [Online] 2011. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://www.brainjogging.cz/clients/redukce-stresu>>.
16. **ANDRÝSKOVÁ, Jana.** *PowerPoint 2010: Podrobná uživatelská příručka*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2010. 400 s. ISBN 978-80-251-3076-6.
17. Portál českých a slovenských uživatelů. *www.OpenOffice.cz*. [Online] 2011. [Citace: 7. Květen 2011.] <<http://www.openoffice.cz/>>. ISSN 1214-9608.
18. **VAVŘÍČEK, Jan.** LaTeX/Beamer. [Online] 10. Březen 2010. [Citace: 11. Duben 2011.] <<http://vavricek.cs.vsb.cz/index.php/LaTeX/Beamer>>.
19. **WEISSMAN, Jerry.** *Presenting to win: The Art of Telling Your Story*. Updated and expanded ed. Upper Saddle River : FT Press, 2009. 252 s. ISBN 978-80-7367-317-8.
20. **WEST, Ben C.** Presenting to win. *Journal of extension*. [Online] Extension Journal, Inc., 2005. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://www.joe.org/joe/2005october/tt7.php>>. ISSN 1077-5315.
21. **VALÁŠEK, Lukáš.** Jsou vaše prezentace nudné? Tak prezintujte. *Lemur - studentský portál Masarykovy univerzity*. [Online] Garrigue Media, o.s., 21. Červenec 2010. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://lemur.mu/index.php/studentsky-zivot/volnycas/311-jsou-vae-prezentace-nudne-tak-prezintujte>>.
22. *Prezi - The Zooming Presentation*. [Online] Prezi Inc., 2011. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://prezi.com/>>.
23. **SOMLAI-FISCHER, Adam.** How to create a great prezi. [Online] 2011. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://prezi.com/recyyolzxm3e/how-to-create-a-great-prezi/>>.
24. Duarte's Five Rules presentation. *Microsoft Office*. [Online] 2011. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://office.microsoft.com/download/file.aspx?AssetId=TS101674555&lc=en%2DIN&ax=1&CTT=204>>.
25. **TRTKOVÁ, Lucie.** Úroveň a četnost užívání PowerPointových prezentací na SŠ (výsledky průzkumu). *Vyplňto.cz*. [Online] Marek Demčák, 8. Prosinec 2010. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/uroven-a-cetnost-uzi/>>.

26. *Dokumenty Google – skvělý způsob, jak spolupracovat online!* [Online] Google, 2011. [Citace: 19. Duben 2011.] <<http://docs.google.com/>>.
27. *280 Slides - Create & Share Presentations Online.* [Online] 280 North, 2008. [Citace: 18. Duben 2011.] <<http://280slides.com/>>.
28. *Create, Edit and Share Your Presentations Online.* [Online] Zoho, 2011. [Citace: 19. Duben 2011.] <<https://show.zoho.com/login.do>>.
29. *Online presentation software.* [Online] Sliderocket, 2011. [Citace: 20. Duben 2011.] <<http://www.sliderocket.com/>>.
30. *Thinkfree online.* [Online] Hancom, 2011. [Citace: 20. Duben 2011.] <<http://member.thinkfree.com/>>.

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CD	Compact disc
GB	GigaByte
OS	Operační systém
MS	Microsoft
SW	Software

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 – Možný průběh prezentace [4].....	16
Obrázek 2 – Role prezentátora [1].....	21
Obrázek 3 – příklad kódu prezentace v Beameru [18] .....	28
Obrázek 4 – Grafická podoba prezentace v Beameru [18].....	28
Obrázek 5 – Postavení prezentujícího [12].....	34
Obrázek 6 – Odebrání pozadí [12].....	35
Obrázek 7 – Vymazání z fotografie [12] .....	35
Obrázek 8 – Znamý scénář [12].....	36
Obrázek 9 – Operační paměť .....	37
Obrázek 10 – vyvolání souvislostí.....	37
Obrázek 11 – Vizualní a verbální kanál.....	38
Obrázek 12 – Zobrazení přednášejícího (PowerPoint 2010).....	39
Obrázek 13 – ovládací kruh Prezi [22] .....	40
Obrázek 14 – Snímek číslo 1 [23] .....	41
Obrázek 15 – Snímek číslo 2 [23] .....	41
Obrázek 16 – Snímek číslo 3 [23] .....	42
Obrázek 17 – příklady webových služeb .....	42
Obrázek 18 – Pravidlo 1 [24].....	43
Obrázek 19 – Pravidlo 2 [24].....	44
Obrázek 20 – Pravidlo 3 [24].....	44
Obrázek 21 – Pravidlo 4 [24].....	45
Obrázek 22 – Pravidlo 5 [24].....	45
Obrázek 23 – PowerPoint – cd balíček s prezentacemi .....	46
Obrázek 24 – Ukázka Sliderocket.com.....	50
Obrázek 25 – Ukázka 280slides.com.....	51
Obrázek 26 – Ukázka Show.Zoho.com .....	52
Obrázek 27 – Ukázka Thinkfree.com .....	53
Obrázek 28 – Ukázka docs.google.com.....	54
Obrázek 29- moderní komunikační trendy [2] .....	57
Obrázek 30 – Dotazník – střední školy [25] .....	58
Obrázek 31 – Dotazník – střední školy [25] .....	59
Obrázek 32 – Dotazník – střední školy [25] .....	59

---

Obrázek 33 – Dotazník – střední školy [25] .....	60
Obrázek 34 – Dotazník – střední školy [25] .....	60
Obrázek 35 – Dotazník – střední školy [25] .....	61
Obrázek 36 – Dotazník – střední školy [25] .....	61
Obrázek 37 – Dotazník – střední školy [25] .....	62



**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 – zvládání stresu [15].....	23
Tabulka 2 – srovnání jednotlivých webových služeb.....	49

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I – Dějová osnova

