



Društvo za pomoć osobama sa intelektualnim teškoćama Osijek



# STEM

S Tehnologijom i Edukacijom Možemo sve

# STEM S TEHNOLOGIJOM I EDUKACIJOM MOŽEMO SVE

## Modul III



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE  
Ured za udruge

Ovaj projekt sufinancira Ured za udruge  
Vlade Republike Hrvatske



Nacionalna  
zaklada za  
razvoj  
civilnoga  
društva



Europska unija  
Zajedno do fondova EU



EUROPSKI STRUKTURNI  
I INVESTICIJSKI FONDOVI



NAČINOVITI  
LJUDSKI  
POTENCIJALI

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda



UP.04.2.1.10.0102  
PRIRUČNIK

# STEM S TEHNOLOGIJOM I EDUKACIJOM MOŽEMO SVE

## MODUL 3

Više informacija o EU fondovima na:  
**[www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)**



*Ovaj projekt sufinancira ured  
za udruge Vlade Republike  
Hrvatske*

*Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda*

Sadržaj priručnika je isključiva odgovornost Udruge „Žena“



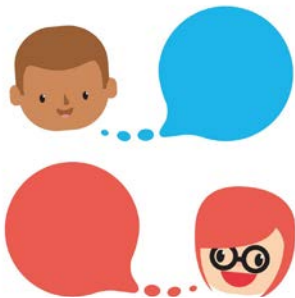
## SADRŽAJ:

1. UVOD.....	5
2. KOMUNIKACIJA.....	5
2.1. Vrste komunikacije.....	7
Verbalna komunikacija.....	8
Neverbalna komunikacija.....	8
2.2 Slušanje.....	9
Aktivno slušanje.....	11
2.3. Komunikacijski stilovi.....	13
JA i TI poruke.....	14
3. PREZENTACIJA I NJEZINI ELEMENTI.....	16
Priprema i organizacija prezentacijskog materijala.....	17
Struktura i sadržaj prezentacije te izrada prezentacije.....	17
Elementi, izgled i dizajn prezentacije.....	19
4. PREZENTACIJSKE VJEŠTINE.....	26
Govorenje, tehnike disanja i opuštanja.....	27
Literatura.....	32

## 1. UVOD

Komunikacija znači sporazumijevanje, davanje i primanje informacija. Iako zvuči vrlo jednostavno, komunikacija je mnogo više od samog sporazumijevanja i te se vještine mogu „brusiti“. Uz komunikacijske vještine vrlo su usko povezane i prezentacijske vještine i tehnike. U ovom priručniku bit će riječi o tome kako uspješno komunicirati, izraditi kvalitetnu prezentaciju te ju uspješno izložiti publici. Navedene se vještine ubrajaju u meke vještine [engl. soft skills], a uz komunikacijske i prezentacijske vještine to su i rješavanje problema, kreativnost, fleksibilnost, prilagodljivost itd.

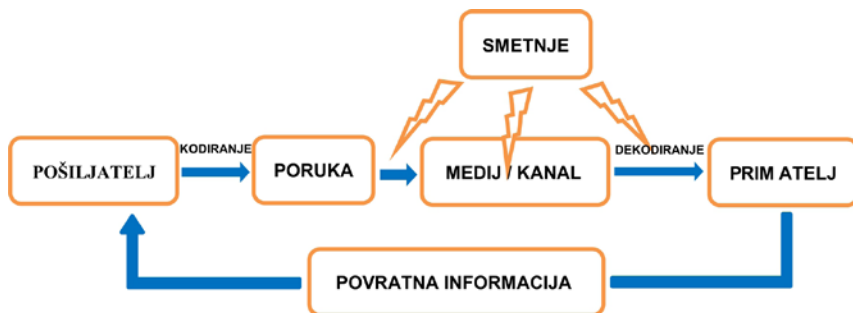
## 2. KOMUNIKACIJA



Komunikacija je **čin prenošenja ili razmjene informacija, misli i osjećaja** govorom, pisanjem ili putem nekog drugog medija i osnovni je način sporazumijevanja među ljudima. Svaka komunikacija uključuje [barem] jednog pošiljatelja, poruku i primatelja. Pošiljatelj informaciju koju prenosi

dekodira u oblik prikladan komunikacijskom kanalu [npr. govorom ili pisanjem], a primatelj poruku dekodira kako bi razumio njezino značenje. Poruka se prenosi putem nekog medija ili kanala. Za razumijevanje poslanih poruka važna je povratna informacija koju primatelj poruke daje pošiljatelju.

Primatelja informacija može biti i više, što može značiti da svaki od sudionika komunikacije može od pošiljatelja primiti drugačiju poruku. Dvije osobe mogu iščitati različite poruke u izboru riječi i/ili govoru tijela pošiljatelja poruke. Također, moguće je i da nitko od primatelja poruku neće razumjeti jednako kao i pošiljatelj poruke.



**Prikaz komunikacijskog procesa**

Pošiljatelj poruku mora kodirati u oblik primjeren za slanje putem odabranog komunikacijskog kanala. Kodiranje poruke zapravo označava pretvaranje apstraktne misli u izgovorene riječi ili pisani tekst. Složeni podatci, umjesto govorom ili pismom, uspješnije se prenose kroz neku vizualizaciju, poput grafikona, grafa ili slike. Učinkoviti komunikatori koriste odgovarajući jezik i informacije prenose jednostavno i jasno te predviđaju i eliminiraju moguće uzroke zabune i nesporazuma.

**Komunikacijski kanal** označava način na koji komuniciramo - razgovorom licem u lice, telefonskim pozivom, tekstualnim porukama, e-poštom, internetom [uključujući društvene mreže], radijem i TV-om, pismima, brošurama ili izvješćima. Odabir komunikacijskog kanala ključan je za učinkovitu komunikaciju, a pri tome komunikator treba biti svjestan prednosti i nedostataka svakog od njih. Ako poruku želimo

prenijeti većem broju primatelja, telefonski razgovor kao komunikacijski kanal neće biti vremenski ili troškovno učinkovit, dok će slanje grupne elektroničke pošte u tome slučaju to biti. Ako prenosimo neke složene ili tehničke informacije, tada je pisani oblik učinkovitiji nego izgovorena riječ, jer će primatelji moći dobivene informacije proučiti više puta i ponovno pregledati sve što nisu u potpunosti razumjeli.

### **U komunikacijskom procesu ponekada dolazi i do smetnji koje otežavaju uspješnu komunikaciju:**

- fizička buka i šumovi
- upotreba žargona, komplicirani, nepoznati ili tehnički izrazi
- emocionalne prepreke [teško izražavanje emocija]
- tabu teme [npr. seksualnost, politika, religija, invaliditet, rasizam]
- nedostatak pažnje i interesa, nebitnost poruke za primatelja
- razlike u percepciji i gledištu
- tjelesne smetnje [npr. problemi sa sluhom ili poteškoće sa govorom]
- korištenje tehnologije [onemogućava neverbalnu komunikaciju – geste, izraze lica, govor tijela]
- jezične razlike i nepoznavanje određenih naglasaka
- kulturne razlike
- očekivanja i predrasude koje dovode do pogrešnih zaključaka i stereotipa.

Nesporazum se može dogoditi u bilo kojoj fazi komunikacijskog procesa, pa ga je važno minimizirati kako bi komunikacija bila učinkovita. Učinkovit komunikator razumije publiku s kojom komunicira, odabire odgovarajući komunikacijski kanal i kodira poruku na najbolji način kako bi smanjio moguće nerazumijevanje od strane primatelja. Također, za učinkovitu komunikaciju važno je tražiti povratnu informaciju od primatelja o tome kako je on shvatio poruku te ispraviti potencijalnu zabunu ili nesporazum što je prije moguće.

Nakon primitka poruke, primatelj poruku treba dekodirati, odnosno shvatiti njezin smisao. Na koji će način netko **dekodirati poruku**, ovisit će o njihovom iskustvu i razumijevanju konteksta poruke, poznavanju ili nepoznavanju pošiljatelja, psihičkom stanju te mnogim drugim čimbenicima kao što su to mjesto i vrijeme primitka poruke. Također, na dekodiranje poruke mogu utjecati i brojne smetnje koje mogu biti

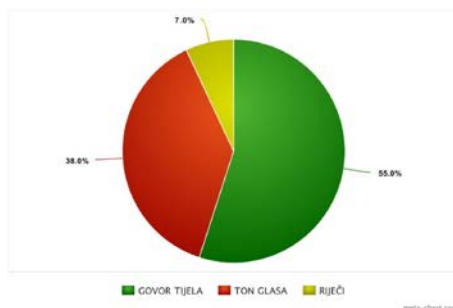


prisutne u komunikacijskom procesu.

Završni dio komunikacijskog procesa je **povratna informacija** u kojoj primatelj daje do znanja pošiljatelju da je primio i razumio poruku. To je za pošiljatelja jedini način da procijeni je li poruka shvaćena u pravom smislu i omogućuje ispravljanje ako tome nije tako, odnosno omogućuje pošiljatelju da regulira, prilagodi ili ponovi poruku kako bi komunikacija bila učinkovita. Opseg i oblik povratnih informacija razlikovat će se ovisno o komunikacijskom kanalu – povratne informacije tijekom razgovora licem u lice bit će trenutne i izravne, a odgođene ako se šalju putem elektroničke pošte. Pošiljatelj može primatelju postaviti i dodatna pitanja, poput Je li Vam to jasno? ili Slažete li se s time? kako bi dobio povratnu informaciju ukoliko je ona izostala, ili potvrdio da je dobivenu povratnu informaciju dobro protumačio.

## 2.1. Vrste komunikacije

Komunikacija se odvija na različite načine: 7% informacija čine riječi (**verbalna komunikacija**), dok 93% značenja prenosimo **neverbalnim putem** – od toga način govora i ton glasa čine 38%, a govor tijela i izrazi lica 55%.



**Grafikon 1. Prikaz odnosa verbalne i neverbalne komunikacije**

Komunikacija je gotovo uvijek složen, dvosmjernan i interaktivan proces jer njezini sudionici istovremeno i šalju i primaju poruke jedni od drugih. Oni koji poruku šalju u komunikaciji licem u lice, istovremeno primaju povratne informacije u obliku osmjeha ili kimanja glavom.

## Verbalna komunikacija

Verbalna komunikacija je svaka komunikacija u kojoj se poruka prenosi u obliku izgovorenih ili napisanih riječi. Kao što je i vidljivo iz Grafikona 1., verbalna komunikacija zauzima samo mali postotak u komunikacijskome procesu, a da bi bila uspješna, potrebno je posjedovati vještine jasnog izražavanja [usmenog i pisanog]. Ipak, mnogo veći postotak u prijenosu poruka zauzima neverbalna komunikacija, i nemoguće je odvojiti jednu vrstu komunikacije od druge.

Za uspješnu verbalnu komunikaciju važno je odabrati prave riječi, što će ovisiti o tome kojoj publici se obraćamo – govorimo li pred 200 ljudi na nekoj konferenciji, razgovaramo li sa svojim šefom, s članom obitelji ili s prijateljem. Pri tome je važno razmisliti i o ukupnoj razini razumijevanja teme osobe ili grupe s kojom verbalno komuniciramo, kao i o vrsti jezika kojega koristimo. Također, verbalna će komunikacija biti uspješnija ako koristimo kraće rečenice i jednostavnije riječi.

## Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija označava svaku vrstu komunikacije bez korištenja riječi, bilo namjernu ili nenamjernu. U komunikacijskome je procesu zastupljenija od verbalne, obogaćuje komunikaciju i prenosi emocionalne komponente poruke. Postura i položaj našeg tijela, kontakt očima [ili njegov nedostatak] i ton glasa samo su neki od načina neverbalne komunikacije s drugima.



**Neverbalna komunikacija – geste, izrazi lica i držanje tijela**

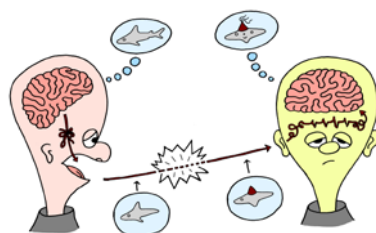
## U neverbalnu komunikaciju ubrajamo:

- *pokrete tijela* – geste rukama, kimanje ili odmahivanje glavom
- *držanje* – način na koji stojimo ili sjedimo, držimo li prekrižene ruke itd..
- *kontakt očima* – određuje razinu povjerenja i pouzdanosti
- *visina i ton glasa, brzina govora*
- *osobni prostor* – razina intimnosti
- *izrazi lica* – osmijeh, treptanje, mrgođenje
- *fiziološke promjene* – znojenje, ubrzani otkucaji srca, rumenilo
- *vanjski izgled* – fizičke karakteristike, odjeća.

Neverbalne poruke koje šaljemo drugima mnogo je teže svjesno kontrolirati nego verbalne, što podrazumijeva činjenica da je neverbalna komunikacija emocionalne prirode. Ako postoji neusklađenost između verbalne i neverbalne komunikacije, vjerujte neverbalnim porukama, a ne riječima koje sugovornik koristi.

## 2.2. Slušanje

Slušanje je jedna od važnijih međuljudskih vještina i predstavlja temelj odnosa s drugima – kod kuće, u društvu, obrazovanju i na radnome mjestu. Ono označava proces primanja poruka, razumijevanja njihovog značenja i odgovaranja na verbalne i neverbalne poruke.



Postoje dvije opće vrste slušanja:

- **diskriminativno slušanje** – najosnovniji oblik slušanja koji ne uključuje razumijevanje značenje riječi ili fraza, već raspoznavanje različitih zvukova
- **sveobuhvatno slušanje** – razumijevanje poruke koja se prenosi komunikacijom.

**Ove dvije opće vrste slušanja preduvjet su specifičnim podvrstama slušanja:**

- **informativno slušanje** – slušanje putem kojeg učimo, primamo činjenice ili nove informacije, manje je aktivan tip slušanja i često je popraćeno bilježenjem ključnih informacija
- **kritičko slušanje** – ima za cilj procijeniti ili ispitati ono što se govori, a uključuje i neku vrstu rješavanja problema ili donošenja odluka: analizu primljenih informacija i usklađivanje s onim što već znamo ili u što vjerujemo
- **terapijsko ili empatično slušanje** – uključuje shvaćanje i razumijevanje gledišta druge osobe te potiče sugovornika da izrekne i objasni svoje emocije, ali ne uključuje donošenje sudova ili savjete
- **zahvalno slušanje** – slušanje radi uživanja [npr. slušanje glazbe]
- **rapport slušanje** – služi za stvaranje odnosa povjerenja [npr. u odnosu prodavač – kupac]
- **selektivno slušanje** – negativna vrsta slušanja koja podrazumijeva pristranost slušatelja da selektivno čuje samo dio poruke, što dovodi do neuspjeha u komunikaciji.

Postoje brojni razlozi zašto više ili manje pažljivo slušamo druge, kao npr. naš emocionalni odnos sa sugovornikom, način na koji sugovornik iznosi sadržaj [zanimljiv ili nezanimljiv], odnos prema temi razgovora [tema nam je nedovoljno interesantna ili smo emotivno vezani uz tematiku], vanjske ili fizičke okolnosti [npr. nedostatak vremena, vruće /hladno nam je ili smo gladni].

## Aktivno slušanje

Aktivno je slušanje jedna od najvažnijih tehnika uspješne komunikacije koja podrazumijeva da čujemo i razumijemo što nam je sugovornik želio reći te da mu damo povratnu informaciju što smo razumjeli. Ono označava potpuno usredotočenje na govornika i aktivno pokazivanje verbalnih i neverbalnih znakova kojima slušatelj daje povratnu informaciju o primljenoj poruci.

**Sastavnice aktivnog slušanja mogu biti neverbalne i verbalne. U neverbalne ubrajamo:**

- *osmijeh i kimanje glavom* – potvrđuju da slušamo i razumijemo
- *kontakt očima* – ohrabrivanje govornika
- *držanje* – pažljivi slušatelj ima tendenciju da se lagano tijelom nagne ili sjedi okrenut prema govorniku, blago nagne glavu ili ju nasloni na jednu ruku
- *zrcaljenje* – odražavanje izraza lica govornika
- *odvlačenje pažnje* – suzdržavanje od vrpoljenja, gledanja na sat ili bavljenja bilo kakvom drugom aktivnosti tijekom razgovora.

**Verbalne sastavnice aktivnog slušanja čini:**

- *pozitivno pojačanje* – korištenje pozitivnih riječi ohrabrenja poput vrlo dobro, da ili zaista, no treba ih dozirati i ne pretjerano upotrebljavati jer mogu postati iritantne za govornika
- *prisjećanje* – pamćenje nekoliko ključnih točaka razgovora može pomoći u davanju povratne informacije govorniku da je poruka primljena i shvaćena, a dokazuje i da je slušatelj zadržao pažnju
- *postavljanje pitanja* – slušatelj učvršćuje interes za izrečeno ili traži dodatna pojašnjenja od govornika
- *parafraziranje* – ponavljanje izrečenoga korištenjem drugih riječi ili promjenom redoslijeda, ali zadržavanjem osnovne ideje i značenja koju je sugovornik izložio kako bi slušatelj pokazao razumijevanje.



Postavljanje pitanja jedna je od važnijih verbalnih sastavnica aktivnoga slušanja jer doprinosi otvaranju komunikacije i njezinoj interaktivnosti [omogućuje osobama u komunikaciji da se međusobno čuju] te pomažu da svi bolje razumiju izrečeno [i govornik i slušatelj].

**Pitanja su dio svakodnevne komunikacije, a razlikujemo nekoliko vrsta:**

- *otvorena* – omogućuju odgovor u bilo kojoj formi; najčešće sadržavaju pitanja kako ili zašto, otvaraju komunikaciju i potiču sugovornika na komunikaciju
- *zatvorena* – omogućuju samo odgovor sa da, ne, jesam ili nisam, zatvaraju i prekidaju komunikaciju
- *sužavajuća* – ciljaju na srž stvari o kojoj želim dobiti konkretniji odgovor
- *pitanja za navođenje* – koriste se za usmjeravanje komunikacije u željenom pravcu.

## 2.3. Komunikacijski stilovi

### Postoji nekoliko različitih komunikacijskih stilova:

- *agresivni* – izražavanje misli i osjećaja na društveno neprihvatljiv i manipulativan način koji za cilj ima uspostavljanje kontrole nad drugima ili demonstraciju moći; karakterizira ga glasan govor ili vikanje, zastrašivanje, kritiziranje, okrivljavanje ili napadanje sugovornika
- *pasivni* – izbjegavanje izražavanja svog mišljenja, stavova ili emocija u cilju izbjegavanja sukoba; neefikasan način komuniciranja kojim se postiže vrlo malo ili ništa, odnosno ne rješavaju se problemi
- *pasivno-agresivni* – karakterizira ga indirektna agresija i pasivno suprotstavljanje zahtjevima okoline popraćeno odugovlačenjem i neefikasnošću, uz često korištenje sarkazma i nesklad između verbalne i neverbalne komunikacije
- *asertivni* – sposobnost izražavanja misli, stavova i emocija bez narušavanja prava drugih, u skladu je sa trenutnim osjećajima i karakterizira ga zauzimanje za vlastita prava na obostranu korist svih sudionika komunikacije korištenjem staloženog glasa, ne prekidanjem sudionika, izbjegavanjem manipulacije i održavanjem samokontrole.



Prikaz komunikacijskih stilova

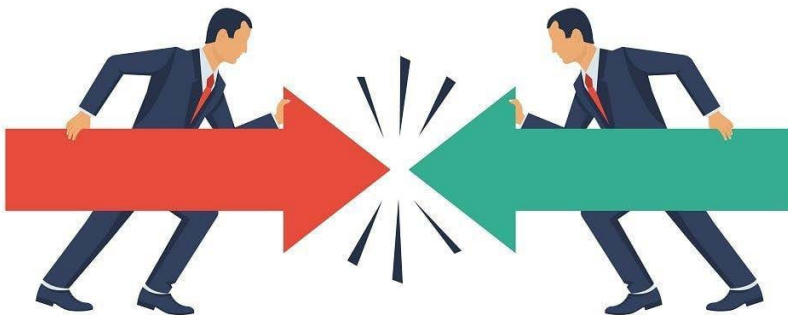
## JA i TI poruke

U komunikaciji najčešće koristimo TI poruke – poruke koje se odnose na drugu osobu, govore o njoj i predstavljaju našu procjenu i mišljenje o postupcima te osobe. Primjer TI poruke je: *Ti nikad ne misliš na mene!*, a takve poruke u situacijama sukoba ne rješavaju, već produbljuju problem.

Jedna od tehnika asertivne komunikacije su JA poruke. To je komunikacijska tehnika koja omogućava da nas sugovornik bolje razumije, čime smanjujemo mogućnost sukoba, a jasno izražavamo svoje potrebe bez narušavanja prava drugih, preuzimajući odgovornost za ono što želimo.

### Ja poruke imaju tri važne komponente:

- *opažanje* postupka druge osobe [što druga osoba govori ili radi, a nama smeta]
- *emocija* – ono što osjećamo u odnosu na ono što opažamo
- *očekivanja* koja imamo, odnosno promjene koje želimo da se dogode.





Ja poruka se sastoji od opisa postupka druge osobe, opisa vlastitih reakcija na taj postupak i izražavanja želje o tome kako doći do odgovarajućeg rješenja, odnosno očekivanja koja imamo:

*Osjećam se [emocija] kada ti [govoriš / činiš] i želim da [očekivanja].*

*Primjer TI poruke Ti nikada ne misliš na mene! preoblikovan u JA poruku izgleda ovako: Kada me ne nazoveš tri dana, osjećam se povrijeđeno jer želim vidjeti da ti je zbilja stalo do mene.*

Vrlo se često ponašamo, pa i komuniciramo s drugima na temelju naših prethodnih susreta. Osim toga, skloni smo stereotipima [predrasudama] te ljude često podsvjesno, svrstavamo u neke kategorije i dodjeljujemo im neke etikete - po spolu, društvenom položaju, vjeri, rasi, dobi i drugim čimbenicima. Iz tog razloga imamo predrasude o tome kakav je netko ili kako bi se mogao ponašati, pa samim time mislimo da znamo kako će komunikacija s njima završiti.

Predrasude utječu na način na koji razgovaramo s drugima, na riječi koje koristimo i na naš ton glasa. Prirodno komuniciramo na način za koji mislimo da je najprikladniji za osobu s kojom razgovaramo. Nažalost, naše su predrasude o drugima često pogrešne, što dovodi do toga da komuniciramo s drugima na neprikladan način i vrlo je vjerojatno da neće biti uspješna. Komunicirajući pod utjecajem unaprijed stvorenih ideja, komunikacija ne ide u smjeru rješavanja problema, već produbljuje sukob.

**Savjet:** Započnite svaku komunikaciju otvorenog uma, slušajte ono što se govori umjesto da pretpostavljate što biste mogli čuti. Vjerojatnost da ćete biti pogrešno shvaćeni ili reći nešto zbog čega ćete kasnije požaliti bit će puno manja.

### 3. PREZENTACIJA I NJEZINI ELEMENTI

Prezentacija je komunikacijsko sredstvo koje se može prilagoditi različitim govornim situacijama, a služi za predstavljanje i objašnjavanje neke teme ili ideje. U suvremeno doba kao pomoć i podrška u tome koristi se digitalna prezentacija izrađena u nekom od brojnih dostupnih komercijalnih ili nekomercijalnih programa za izradu prezentacija. Svaka se prezentacija sastoji od jednog ili više slajdova koji, uz tekst, mogu sadržavati i slike, crteže, grafikone, animacije i zvukove te videozapise kao dopunske vizualne elemente.



**Izrada prezentacije način je prijenosa misli i ideja publici i stoga je važno dobro ju pripremiti - samu prezentaciju kao i njezino izlaganje. Pri tome treba voditi računa o:**

- *kontekstu* – kada, gdje i za koga se prezentacija održava, je li okruženje poznato ili novo, formalno ili manje formalno te koja oprema će biti na raspolaganju
- *publici* – radi li se o manjoj grupi ili velikoj publici, poznatoj ili nepoznatoj publici, očekivanjima publike, što će publici biti zanimljivo i što će držati njihovu pažnju
- *cilju* kojeg želimo postići (informiranje, podučavanje, uvjeravanje, aktiviranje ili zabava; najčešće svaka prezentacija uključuje kombinaciju ciljeva)
- *metodi održavanja prezentacije* – uživo ili na daljinu
- *vremenu koje imamo na raspolaganju* (za pripremu i za izvedbu prezentacije)
- *preprekama koje mogu utjecati na prijenos poruke* (buka, vanjski ili unutarnji prostor i uvjeti, stanje budnosti publike itd.).

## Priprema i organizacija prezentacijskog materijala

Često se govori kako dobra i kvalitetna priprema znači polovicu obavljenog posla, pa tako nije ništa drugačije niti sa pripremom prezentacije. Jasnoća ideja i dobra organizacija pomažu u stvaranju uvjerljive poruke isporučene na profesionalan način.

### Organizacija prezentacijskog materijala uključuje:

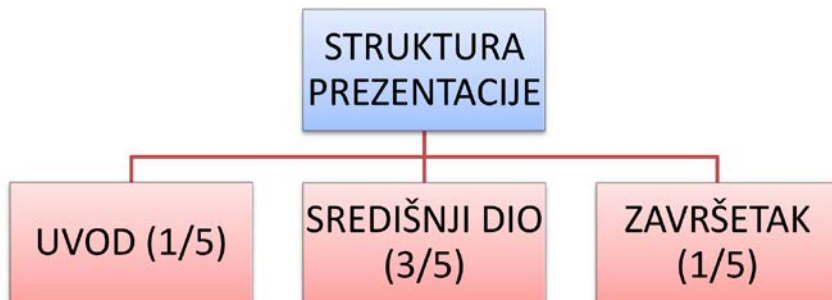
- *ideje* – bilježenje svega što želimo prikazati prezentacijom
- *odabir ključnih točaka prezentacije* – uvod, glavni sadržaj, zaključak
- *odabir ilustracija* – vizualni elementi koji doprinose isticanju poruke
- *uvod i zaključak* – uvodom dajemo pregled onoga o čemu ćemo govoriti te privlačimo pozornost publike kada ističemo svrhu prezentacije, a zaključak ističe ključne točke sažimanjem glavne ideje.

### Prilikom rada na glavnom sadržaju predlaže se izdvojiti:

- 3 ključne točke za prezentaciju od 10-15 minuta
- 6 ključnih točaka za prezentaciju od 30 minuta
- 8 ključnih točaka za prezentaciju od 45 minuta.

## Struktura i sadržaj prezentacije te izrada prezentacije

Spomenuli smo već ključne točke prezentacije (uvod, glavni dio i zaključak) prema kojima gradimo svoju prezentaciju



U **uvodnom dijelu** pripremamo publiku za primanje poruke te ih upoznajemo sa sadržajem prezentacije. **Na početnom slajdu** treba se nalaziti naslov prezentacije, datum održavanja i ime govornika / izlagača, a zatim slajd na kojemu prikazujemo sadržaj prezentacije kako bi publika znala o čemu će biti riječ. Također, važno je i obavijestiti publiku kada se postavljaju pitanja [tijekom izlaganja ili na kraju prezentacije] kako biste što bolje upravljali vremenom koje imate na raspolaganju.

**Središnji dio** obuhvaća najveći dio prezentacije – **glavni sadržaj** u kojemu se na određenom broju slajdova predstavlja glavna ideja i cilj prezentacije, iznose argumenti i informacije. Dobro bi bilo da slajdovi sadrže naslove kako bi publika znala o kojoj se temi govori u tom trenutku, a izostaviti ih možete ako se preko cijelog slajda rasporede neka slika ili kakav drugi objekt [grafikon, videozapis i sl.].

**Završni dio** služi kao provjera je li publika čula, razumjela i prihvatila ideju koju smo prezentacijom željeli prenijeti. Na posljednjem se slajdu treba nalaziti **zaključak** u kojemu navodimo glavne ideje prezentacije, a pri tome je poželjno koristiti efektne i snažne riječi kako bi ih se publika sjećala.

Jedna od tehnika za strukturiranje prezentacije jest i BOMBER-B tehnika.

DIJELOVI BOMBER -B TEHNIKE	
<b>BANG</b> (PRASAK)	privlačenje pažnje publike (vizualno pomagalo, priča, šala, iznenađujuća činjenica ili retoričko pitanje) – bacanje mamca
<b>OPENING</b> (OTVARANJE)	ukratko navođenje sadržaja i cilja izlaganja, ključne točke; može uključiti i nekoliko riječi o vama (izlagaču)
<b>MESSAGE</b> (PORUKA)	iznošenje ključnih poruke (3-5), argumenti
<b>BRIDGE</b> (MOST)	povezivanje ključnih poruka
<b>EXAMPLES</b> (PRIMJERI)	navođenje primjera – praktični, lako razumljivi, korištenje vizualnih sredstava
<b>RECAP</b> (SAŽIMANJE)	ponavljanje ključnih poruka
<b>BANG</b> (PRASAK)	završnica, zaokruživanje cijelog izlaganja

Guy Kawasaki, američki stručnjak i bivši zaposlenik tvrtke Apple, postavio je pravilo **10-20-30** kao pravilo za izradu dobre prezentacije – prezentacija ne bi trebala sadržavati više od **10 slajdova**, trajati duže od **20 minuta**, a veličina slova bi na slajdovima optimalno trebala iznositi **30 točaka**, pa vam i ovo pravilo može poslužiti kao nit vodilja u izradi prezentacije.

Nakon što ste pripremili i organizirali prezentacijski materijal, možete započeti sa izradom prezentacije. Pri tome je važan korak i odabir prikladnog programa za izradu prezentacije. Od mnoštva dostupnih programa i aplikacija najčešće se za izradu prezentacija koristi Microsoft Power Point. Detaljnu uputu kako izraditi prezentaciju u MS Power Pointu i koristiti sve mogućnosti programa možete pronaći na poveznici [bit.ly/PPT\\_tutorijal](http://bit.ly/PPT_tutorijal).

## Elementi, izgled i dizajn prezentacije

O izgledu prezentacije ovisit će hoće li publika zadržati pažnju, a vi uspješno prenijeti poruku. Ako nije dobro dizajnirana, prezentacija može, bez obzira na kvalitetu sadržaja, biti demotivirajuća ili čak ometajuća.

### Tekst

Jedna od najčešćih pogrešaka prilikom izrade prezentacije je postavljanje prevelike količine teksta na slajd. Puno teksta ometat će publiku i onemogućiti ju da pažnju usmjeri na bitne informacije i na govornika. Uloga teksta na slajdovima je da podrži govor, a ne da ga zamijeni.

To možemo izbjeći tako da tekst pišemo **u natuknicama** i izbjegavamo cijele rečenice koje će svaka publika nastojati pročitati umjesto da sluša govornika. Pri pisanju natuknica koristite grafičke oznake i svaku stavku pokušajte sažeti tako da stane u jedan redak, ako je to moguće. Tekst, dakle, treba biti maksimalno sažet i jednostavan, a veličina fonta ne bi trebala biti manja od 30 točaka kako bi svi iz publike mogli pročitati sadržaj.

## Ludwig van Beethoven



- Ludwig van Beethoven (Bonn, 16./17. prosinca 1770. – Beč, 26. ožujka 1827.), njemački skladatelj.
- Rođen je najvjerojatnije 16., a najvjerojatnije 17. prosinca 1770. godine. Porijeklo njegove glazbene obitelji čje podrijetlo vodi iz flamskog grada Mechelena. Ludwig van Beethovenov praprotitelj bio je vlastitaški podrijetlo, već ukazuje na njegovo podrijetlo. Beethovenov otac, Johann van Beethoven, bio je kao glazbenik, odgovoran za orkestar, kod katedralnog nadbiskupa. 1740. godine je osnovao svoju obitelj, ali je također bio crkveni zvučnik. Johann je 17. prosinca 1770. godine krio svog novorođenog sina, koji je bio njegov otac, Ludwig.
- Polje je Ludwigov otac bio oduljenjem tadašnjim njemačkim jezika, mladim Wolfgangom Amadeusom Mozartom, koji je već sa 6 godina komponirao skladbe. Beethovenov otac, Johann van Beethoven, bio je vrlo ozoran, malog Ludwiga vrlo rano učio svirati violine i glasovira, pri čemu je često i preopterećivao malog Beethovena noću ustajati i vježbati sviranje glasovira, što je opet za posljedica imalo to da je Beethovenovo zdravlje bilo vrlo oslabljeno. Osim ispunjavanja visokih zahtjeva svoga oca, život mladog Ludwiga nije bio baš najbolji. Otac je bio alkoholik, a Beethoven je bila često bolesna i od kasete njegove djece preživjela su samo dva.
- Ubrzo je Ludwig van Beethoven postao i drugi orguljar na dvoru i dobiva redovitu mjesečnu plaću. Kada je imao 13 godina svira čembalo i violu u ljubomornu orkestru dvora i bavi se komponiranjem različitih komornih skladbenih djela. Kako bi unaprijedio svoje znanje, 1787. godine, Ludwig odlazi u Beč, koji je u to vrijeme, zahvaljujući skladateljima kao što je Joseph Haydn, bio postao europsko glazbeno središte da bi učio kod slavnog Mozarta.

Primjer loše napisanog teksta na slajdu – premali font, cijele rečenice

## Ludwig van Beethoven

- rođen 17. prosinca 1770.
- otac ga učio svirati violinu i glasovir
- noću ustajao i vježbati sviranje

Primjer dobro napisanog teksta na slajdu – optimalna veličina fonta, natuknice

Preporuča se na slajd staviti **najviše šest natuknica**, a njih treba biti manje ako se na slajdu nalaze i grafički elementi. Nadalje, **izbjegavajte teško čitljive fontove**, a **dosljedno rabite istu vrstu i veličinu fonta** za naslove i sadržaj slajdova jer će oni u protivnom odvrćati pažnju publike sa sadržaja na izgled teksta. Naposljetku, obavezno provjerite pravopis i gramatiku kako biste dobili i zadržali poštovanje publike. Program Power Point ima ugrađenu opciju za provjeru pravopisa među programskim alatima, pa ju možete koristiti kako biste brže izvršili provjeru.

Ludwig van Beethoven



- rođen 17. prosinca 1770.
- rano učio svirati violinu i glasovir
- noću često morao ustajati i vježbati sviranje

V eličina fonta <30

Ludwig van Beethoven



- rođen 17. prosinca 1770.
- rano učio svirati violinu i glasovir
- noću često morao ustajati i vježbati sviranje

Veličina fonta >30


*Ludwig van Beethoven*



- rođen 17. prosinca 1770. godine
- otac ga je vrlo rano naučio svirati violinu i glasovir pri čemu je često pretjerivao
- Ludwig je noću često morao ustajati i vježbati sviranje

Primjer nečitkog fonta na slajdu

Ludwig van Beethoven



- rođen 17. prosinca 1770.
- rano učio svirati violinu i glasovir
- noću često morao ustajati i vježbati sviranje

Primjer čitkog fonta na slajdu

## Slike i drugi grafički elementi

Slike su izrazito važan element svake prezentacije koji pojačava ili nadopunjava poruku. Prisjetimo li se izreke koja kaže da slika govori više od tisuću riječi, bit će nam posve jasno i zašto. Jednako tako, treba paziti da slika ili grafički element (npr. grafikon i sl.) bude relevantan za temu prezentacije kao i da ima svoju funkciju. Nikada ne treba grafičke elemente postavljati na slajd za ukras, već zato da bismo nešto objasnili ili približili publici.

Računa treba voditi i o razmještanju objekata na slajdu, a ako ih ima više, dobro je grupirati ih nakon što ih rasporedimo na željeni način, kako bi zadržali željeni format.

Također, pri odabiru slika koje koristimo u prezentaciji, a nismo njihovi autori, moramo voditi računa o **autorskim pravima** ako ih preuzimamo s interneta. Internetske tražilice (primjerice Google ili Bing) imaju ugrađenu opciju pretrage slika prema vrsti licenci, pa je tako moguće pretraživati slike koje su javno dobro (engl. Public Domain) i na njima nema autorskih prava, kao i odabrati neku od 6 licenci Creative Commons, koje ograničavaju određena prava (npr. slobodno korištenje i dijeljenje, mogućnost prerade, korištenje u komercijalne svrhe, a svima je zajedničko obavezno imenovanje autora), ali nisu stroga i limitirajuća kao što je to Copyright. Program MS Power Point ima već ugrađenu filtraciju slikovnog sadržaja kojeg umećemo s interneta izravno u programu, pa s te strane ne trebamo brinuti o potencijalnom kršenju autorskih prava. Više o Creative Commons licencijama pročitajte na poveznici [bit.ly/CC\\_licencije](http://bit.ly/CC_licencije).

Nadalje, važno je i koje će veličine biti umetnuta slika. Svaka se digitalna slika sastoji od **piksela** – malih kvadratića koji čine najmanji element slike. Pravilo za kvalitetnu sliku glasi: što je veći broj piksela, odnosno **rezolucija ili razlučivost** (pomnoženi broj okomitih i vodoravnih piksela), to je slika kvalitetnija. Minimalna razlučivost slike koju bismo trebali postaviti na slajd iznosi 800 x 600 piksela.

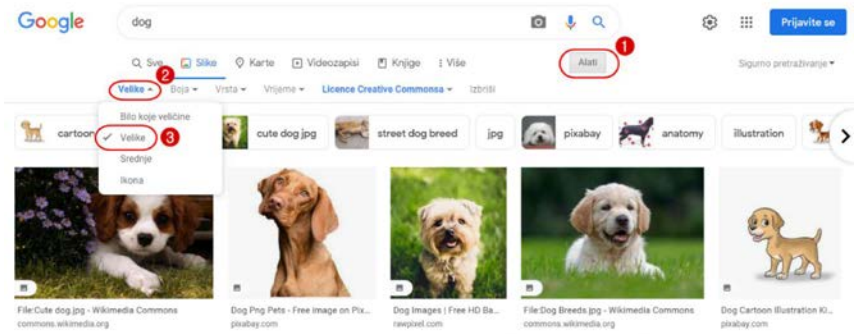
**LUDWIG VAN BEETHOVEN**

- rođen 17. prosinca 1770.
- vrlo rano učio svirati violinu i glasovir
- noću često morao ustajati i vježbati sviranje

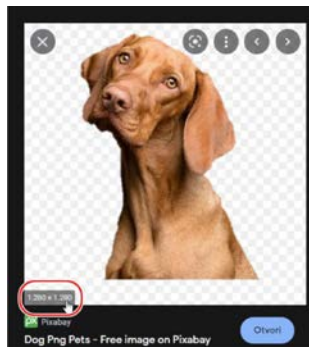
A portrait of Ludwig van Beethoven, an elderly man with white hair, wearing a dark coat and a red cravat, holding a quill pen.

**Umetnuta slika male razlučivosti**





### Pretraživanje slika u tražilici Google s pomoću filtera za veličinu slika



### Provjera veličine slike po otvaranju u tražilici Google

## Animacije i prijelazi

Većina programa za izradu prezentacija nudi korisniku upotrebu animacija kojima se određeni elementi kao što su tekst ili grafika prikazuju na slajdu (npr. pojavljivanje, klizanje iz raznih smjerova, doskok itd.) kada kliknemo mišem ili kada odredimo redoslijed kojim će se automatski prikazivati u nekom vremenskom rasporedu.

Animacije utječu na dulje pamćenje poruke i sprječavaju pad

koncentracije, ali važno je koristiti ih umjereno i samo za privlačenje pažnje na ključne trenutke u prezentaciji. U suprotnome, publika će prestati pratiti izlaganje i izgubiti koncentraciju, a može se dogoditi i da njihovu pažnju okupira animacija, pa izgube interes za sadržaj. S animacijama nikako ne treba pretjerivati kako prezentacija ne bi djelovala zbunjujuće i neozbiljno.

Također, ako koristite efekte prijelaza između slajdova (animirani način na koji se slajdovi međusobno izmjenjuju), vodite računa da oni trebaju biti ujednačeni i dosljedni kroz cijelu prezentaciju. Ako smo za svaki slajd odabrali drugačiji prijelaz, možemo smanjiti koncentraciju publike i izazvati efekt umora.

### Izgled i dizajn slajdova

Profesionalni izgled svakoj će prezentaciji dati **dizajn**. Dizajn se odnosi na aranžman pojedinačnih komponenti kao što su to usklađene boje pozadine i fonta, odnosno oblikovanje prezentacije. Dizajnirati slajdove možemo i sami, ali postoji velika opasnost da pretjeramo ukoliko nismo profesionalni dizajneri, pa će tako dizajn uzrokovati suprotan učinak od onoga što smo prezentacijom željeli postići.

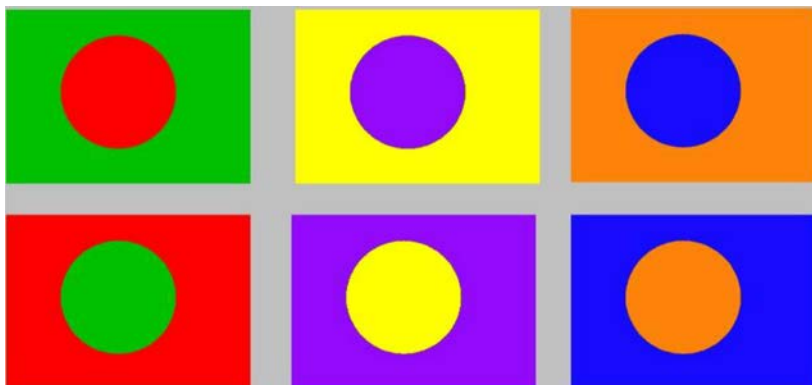
Dizajn treba biti jednostavan kako ne bi odvrćao pažnju s ključnih informacija, ali s druge strane mora biti privlačan i oku ugodan. Važno je naglasiti kontrast između boje pozadine i teksta, ali ne pretjerivati s korištenjem **komplementarnih boja**, budući da se komplementarne boje međusobno snažno ističu i stvaraju optičko titranje i psihodeličan učinak.



Loš primjer dizajna na slajdu



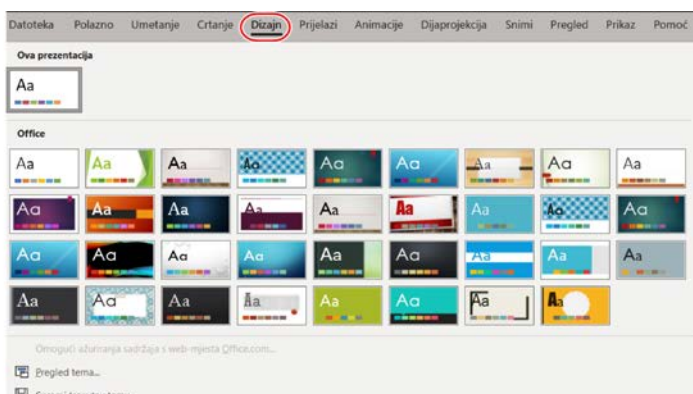
Dobar primjer dizajna na slajdu



### Komplementarne [kontrastne] boje

Također, treba izbjegavati jarke boje i suviše šarene pozadine jer onemogućavaju čitljivost teksta. Jedno od pravila za dobar dizajn je korištenje svijetle pozadine i tamnog fonta i obrnuto. Najsigurnija, ali i najdosadnija opcija je crni tekst na bijeloj pozadini. Uporaba boja u prezentaciji treba biti umjerena, odnosno poželjno je koristiti boje za isticanje samo ako trebamo naglasiti nešto važno u tekstu.

Preporuča se koristiti ugrađene predloške dizajna i teme s kojima ne možete pogriješiti pri oblikovanju prezentacije, budući da su ih stvarali stručnjaci.



### Ugrađene teme i predlošci dizajna u programu MS Power Point

## 4. PREZENTACIJSKE VJEŠTINE

Prezentacijske su vještine usko povezane s jasnim i učinkovitim prijenosom informacija i poruka. Te su vještine potrebne u gotovo svim područjima ljudskog djelovanja.

Za održavanje uspješne prezentacije važno je **dobro se pripremiti** – uvježbati izlaganje svoje prezentacije prema unaprijed definiranom scenariju. Improvizacija nije dobra ideja, osim ako niste iskusan i vješt govornik. Idealno bi bilo isprobati prezentaciju tamo gdje ćete ju izvoditi pred publikom. Zamolite nekog od kolega ili obitelji da posluša vaše izlaganje. Posjetite prezentacije drugih izlagača kako biste stekli uvid u njihove prezentacijske vještine i dobili neki kontekst.



Također, prezentaciju **nemojte čitati ili učiti napamet**. Važno je da dobro razumijete temu o kojoj izlažete i tada će vam biti lakše o njoj govoriti. Naravno, smijete povremeno pogledati na slajdove kako biste se prisjetili što slijedi, ali nipošto nemojte publici okrenuti leđa tijekom izlaganja. Možete izraditi i kartice s bilješkama pa ih koristiti tijekom prezentiranja ili postavite računalo s kojeg ste pokrenuli prezentaciju ispred sebe tako da sadržaj možete vidjeti na zaslonu monitora. Osim toga, važno je i održavati kontakt očima s publikom [više od 90% vremena izlaganja] pri čemu nastojte pogledom kružiti po prostoriji u kojoj izlažete ne zagledavajući se pretjerano ni u koga osobito. Na taj će način svatko iz publike osjetiti kako se obraćate upravo njemu/njoj i nitko se neće osjećati zanemarenim.

Ako je moguće, koristite prezenter tijekom izlaganja kako biste se mogli slobodno kretati po pozornici. Prezenter je mali daljinski uređaj s pomoću kojeg možete mijenjati slajdove. No u tom slučaju pazite da ne zaklonite projekciju slajdova od pogleda publike dok se krećete ili stojite na pozornici.

Jedan od najvećih strahova koji nas može snaći kad govorimo u javnosti jest da publika potajno čeka naš pogrešan korak, pa da se može smijati, no to u stvarnosti nije tako. I publika želi da uspijete, a budući da velika većina ljudi iz publike također dijeli isti strah s vama, bit će empatična prema vama i razumjet će vašu nervozu.

Smiješite se prilikom izlaganja – smijeh povećava količinu endorfina koji ublažava tjeskobu. Osmijehom također pokazujete publici svoj entuzijazam, a pokušajte i aktivno uključiti publiku u svoje izlaganje, ako je to moguće [prisjetite se da je komunikacija dvosmjernan proces], jer će aktivna publika biti angažiranija, a vaša prezentacija uspješnija.

## Govorenje, tehnike disanja i opuštanja

Učinkovit govor je govor koji omogućuje da se poruka koju prenosimo jasno čuje. Dva su elementa učinkovitog govorenja: ono što govorimo i način na koji govorimo. Dakle, važne su riječi koje koristimo, ton glasa kojim govorimo i naš govor tijela. Dobrim govornikom može se postati razvojem osobnog stila govora.

Mnogi ljudi imaju strah od javnog nastupa, odnosno govora (čak 98% svjetske populacije!), no postoje brojne tehnike i metode kako taj strah prevladati. Također, i naš karakter utječe na uspješnost govorenja, pa ćemo, ako smo sramežljivi, govoriti tiho, a i naše će držanje također utjecati na učinkovitost komunikacije putem svih neverbalnih signala koje šaljemo publici.

### Vježba 1.

Jedna od vježbi za poboljšanje javnog govora uključuje snimanje vlastitog glasa u neformalnom okruženju, npr. kod kuće. Preslušavanje snimke pomoći će vam da se naviknete na vlastiti glas, a primijetit ćete i sve aspekte govora koji potencijalno smanjuju učinkovitost prenošenja poruke, kao što je korištenje poštapalica i slično.

### Vježba 2.

Druga vježba koja vam može pomoći u razvoju govorničkih vještina odnosi se na čitanje nekog duljeg teksta, primjerice nekoliko stranica iz knjige po izboru. Najprije pročitajte tekst u sebi, zatim na glas onakvim glasom kakvim inače govorite. Snimite svoje čitanje, a

nakon što ste preslušali snimku, pročitajte tekst po treći put. Pritom se **držite sljedećih smjernica:**

- *usporite* – prirodno je da želimo završiti što je prije moguće, a upravo tada griješimo; jednako tako ubrzavamo govor kada smo nervozni, pa nas je teže razumjeti
- **držite glavu gore** – spuštanjem glave usmjeravate svoj glas prema podu, umjesto da ga projicirate u prostoriju
- **povremeno napravite pauzu** – na kraju rečenice ili odlomka napravite stanku od 2-3 sekunde, što može biti korisno i za isticanje bitnoga u tekstu.

Glas reagira na emocije što može dovesti do blokiranja govora ili otežanog izražavanja kada smo, primjerice, pod stresom. Tada se i disanje mijenja – mišići su napeti, a imamo i tendenciju brže disati kada smo pod pritiskom. Iako udišemo veliku količinu zraka, organizam nema dovoljno vremena iskoristiti ga, jer ne izdišemo i ne opuštam se u potpunosti.

Važno je stoga pravilno disati jer iskorištavanje punog kapaciteta pluća omogućuje da naš glas postane puniji i jači, a duboko i ritmično disanje ima smirujući i terapijski učinak s obzirom da oslobađa tijelo napetosti i potiče opuštanje.

Izgradnjom kontrole nad disanjem nikada nećete zvučati zapuhano ili osjećati da vam ponestaje daha kada razgovarate s grupom ili izlažete svoju prezentaciju.

### **Vježba 3.**

- **Stanite** u lagani položaj sa razmaknutim stopalima, koljena neka ne budu gurnuta unatrag. Držite kralježnicu uspravno, glavu uravnotežite i opustite mišiće lica.
- **Udahnite polako** brojeći do tri, a zatim izdišite polako brojeći do tri.
- Pokušajte ne podizati ramena dok dišete. Udahnite kroz nos i izdahnite kroz usta. Svjesno razmišljajte o vašem dahu koji dopire do dna vaših pluća.
- **Prislonite dlan svoje ruke na trbuh i osjetite pokret.** Lagano pritisnite ruku dok udišete i izdišete.
- Ponovite ovu vježbu deset puta.

## Učinkovit govornik treba razumjeti i posjedovati tri osnovna elementa vokalne produkcije:

- **glasnoća** – da ga se čuje, svjesno projicirati ono što ima za reći onima koji su najudaljeniji u publici [važno je pravilno disanje], za što glas treba doći iz dijafragme, a ne iz grla
- **jasnoća** – da ga se razumije, odnosi se na razgovjetnost govora koja se ostvaruje otvaranjem usta i micanjem usana – artikulaciju, koju možemo postići tako da opustimo čeljust i jasno izgovaramo svaku riječ
- **raznolikost** – za dodavanje interesa govoru koriste se različite značajke, kao što je brzina govora [tempo], glasnoća, naglasak i pauze tijekom govorenja – varijacijama ovih elemenata moguće je postići vokalnu raznolikost.

Već smo spomenuli kako verbalnu komunikaciju čini samo 7%, a preostalih 93% čine neverbalni znakovi, među kojima je i govor tijela. Da bi verbalna komunikacija bila učinkovita, pa tako i izlaganje prezentacije, naša neverbalna komunikacija treba pojačati ono što smo izgovorili, odnosno dati nam vjerodostojnost. Ako naš govor tijela daje drugačiju poruku od vaših riječi, publika će to vrlo brzo prepoznati i nećemo biti uvjerljiv govornik.

Svoj govor tijela možete proučiti gledajući se u ogledalo dok vježbate prezentirati ili se možete snimiti mobitelom te pregledati videosnimku. Na taj ćete se način vidjeti drugim očima i lakše uočiti, a zatim i uskladiti verbalnu komunikaciju s govorom tijela, ako to bude potrebno.

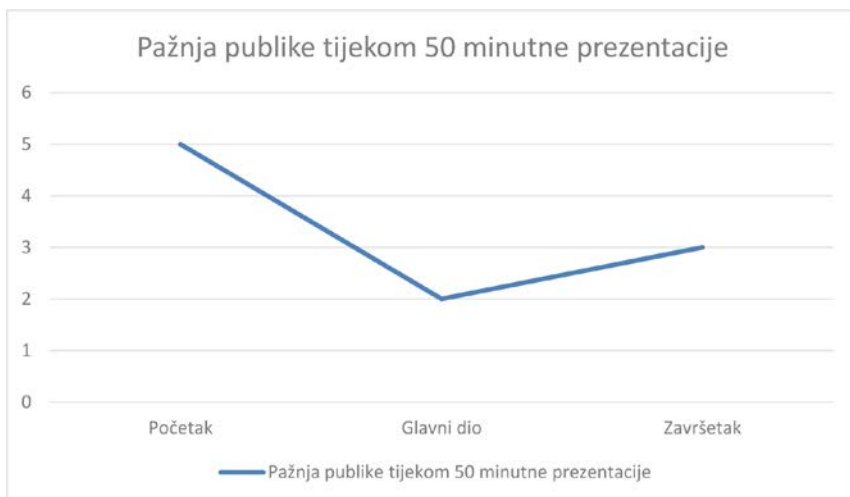
I, na samome kraju, kada dođete do trenutka izlaganja svoje prezentacije pred publikom, sasvim je normalno da ćete osjetiti tremu. Čak i najiskusniji i najvještiji govornici ju osjećaju prije svakog nastupa, no ona je najčešće nevidljiva publici koliko god nam se, iz perspektive izlagača, to činilo drugačije. Ipak, mala je količina treme pozitivna, jer, kako je rekao Napoleon Bonaparte – tko se ne boji, taj i ne misli.

Kako biste smanjili tremu i stres prije izlaganja, najvažnije je dobro pripremiti prezentaciju, dobro se naspavati i odmoriti, smanjiti ili izbjeći konzumaciju alkohola, kave ili čaja i pokušati se opustiti uz

tjelovježbu ili vježbu disanja. Prije same prezentacije vježbajte duboko disanje, pijte vodu jer adrenalin može uzrokovati suha usta. Neka su istraživanja pokazala da žvakanje žvakaće gume povećava budnost i pomaže u smanjenju tjeskobe, no ne zaboravite ju baciti prije nego započnete izlaganje.

Koristite i tehnike vizualizacije – zamislite da prezentaciju održavate zainteresiranoj i nasmijanoj publici koja pozitivno reagira i nastojte tu sliku zadržati u mislima sve do samog početka svog izlaganja.

Tijekom izlaganja ne zaboravite na osmijeh, disanje i pauze. Govorite sporije i krećite se jer ćete tako potrošiti dio živčane energije, a potaknut ćete i dinamiku izlaganja i aktivirat ćete publiku. Pri tome nemojte koračati naprijed-natrag niti se ljuljati na petama niti pretjerati u kretanju prostorom jer te aktivnosti mogu biti iritirajuće i ometajuće za publiku, odnosno izazvane nervozu i u centar pažnje, umjesto sadržaja, postavile vas i vaše kretnje. Naravno, možete i sjediti tijekom izlaganja, ali ako je u publici više od 15 ljudi, svakako ustanite. Pokušajte pratiti kako publika reagira [zadovoljstvo, nezadovoljstvo] i nastojte promijeniti pristup ako primijetite pad koncentracije [postavite publici neko pitanje, iskoristite pauzu].





Nakon izlaganja zatražite povratnu informaciju publike, slušajte što govore i usredotočite se na područja koja treba poboljšati. Nastojte sve negativnosti sagledati kao priliku za učenje kako bi vaše buduće prezentacije bile još bolje. Počastite se nečime u čemu ćete uživati – čaša vina, fini kolač ili opuštajuća kupka neka bude nešto zbog čega ćete se osjećati posebno i nagraditi svoje postignuće.



## Literatura:

- <https://www.skillsyouneed.com/ips/what-is-communication.html>
- <https://www.skillsyouneed.com/ips/verbal-communication.html>
- <https://www.skillsyouneed.com/ips/nonverbal-communication.html>
- <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unin:1282/preview>
- <https://www.skillsyouneed.com/ips/listening-types.html>
- <https://www.skillsyouneed.com/ips/active-listening.html>
- <https://www.rastimozajedno.hr/file/226/>
- <https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A2398/datastream/PDF/view>
- <https://www.skillsyouneed.com/present/what-is-a-presentation.html>
- [https://www.srce.unizg.hr/files/srce/docs/edu/osnovni-tecagevi/e630\\_polaznik.pdf](https://www.srce.unizg.hr/files/srce/docs/edu/osnovni-tecagevi/e630_polaznik.pdf)
- <https://www.skillsyouneed.com/present/visual-aids.html>
- <https://kickstartschool.nl/en/posts/presenting-in-english>
- <https://business.tutsplus.com/articles/37-effective-powerpoint-presentation-tips--cms-25421>
- <https://www.ncsl.org/legislators-staff/legislative-staff/legislative-staff-coordinating-committee/tips-for-making-effective-powerpoint-presentations.aspx>
- <https://creativecommons.org/licenses/?lang=hr>
- <https://support.microsoft.com/hr-hr/office/dodavanje-boje-i-dizajna-na-sljadove-pomo%C4%87u-tema-a54d6866-8c32-4fbc-b15d-6fcc4bd1edf6>
- [https://www.poslovnaucinkovitost.eu/images/uploads/Vje%C5%A1tine\\_prezentiranja\\_Boris\\_Balent.pdf](https://www.poslovnaucinkovitost.eu/images/uploads/Vje%C5%A1tine_prezentiranja_Boris_Balent.pdf)
- <https://www.skillsyouneed.com/presentation-skills.html>
- <https://www.wordstream.com/blog/ws/2014/11/19/how-to-improve-presentation-skills>
- <https://www.skillsyouneed.com/rhubarb/secrets-effective-presentations.html>
- <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-nerves.html>
- [https://pxhere.com/en/photo/1215172?utm\\_content=shareClip&utm\\_medium=referral&utm\\_source=pxhere](https://pxhere.com/en/photo/1215172?utm_content=shareClip&utm_medium=referral&utm_source=pxhere)



**Udruga „Žena“**

Postolarska 3, 22 320 DRNIŠ

Tel: 022 332 328

Email: [udruga.zena1@si.ht.hr](mailto:udruga.zena1@si.ht.hr)

[www.zena-drnis.hr](http://www.zena-drnis.hr)

Više informacija o EU fondovima možete pronaći na  
[www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)  
[www.esf.hr](http://www.esf.hr)