



Prijestonica Cetinje



UNITED  
NATIONS  
MONTENEGRO



JOINT  
SDG  
FUND  
AKTIVIRAJI

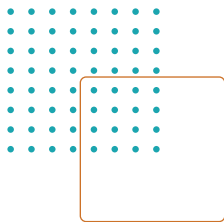
Oснаživanje mladih za prelazak iz  
procesa obrazovanja na tržište rada

## Vještine prezentacije, poslovne komunikacije i moć pregovaranja

**BOJANA FEMIĆ-RADOSAVOVIĆ**

 INSTITUT ZA  
PREUZETNIŠTVO  
I EKONOMSKI RAZVOJ





E-knjiga je pripremljena na osnovu Programa obuka za mlade iz Prijestonice Cetinje, u okviru projekta „Osnaživanje mladih za prelazak iz procesa obrazovanja na tržište rada“, koji je realizovao Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER), Prijestonica Cetinje i Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP). Projekat je sproveden u okviru zajedničkog programa UN - Aktiviraj! koji finansira Zajednički fond Ujedinjenih nacija za ciljeve održivog razvoja.

Stavovi izraženi u e-knjizi pripadaju isključivo autorima i ne predstavljaju nužno stavove Instituta za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) i Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP).

Materijal je pripremila Bojana Femić-Radosavović,  
predavačica iz oblasti komunikacije

Dizajn i prelom: Johart

Jul 2022.



## Šta je komunikacija?

Komunikacija je osnov svih međuljudskih odnosa. Komunikacija se ne vezuje isključivo za riječi, što čini verbalnu komunikaciju, već i za pokrete i položaj tijela, odnosno neverbalnu komunikaciju. Danas se puno govori o vještinama komuniciranja i problemima koji se javljaju u komunikaciji ili zbog loše komunikacije. Da bi neko bio uspješan danas mora stalno razvijati vještine komunikacije, empatiju i socijalne vještine.

Kada je riječ o planiranoj komunikaciji, ona podrazumijeva jasno definisane ciljeve, koji mogu biti:

- |          |              |   |          |                                     |   |
|----------|--------------|---|----------|-------------------------------------|---|
| <b>1</b> | Informisanje |  | <b>2</b> | Uvjeravanje                         |  |
| <b>3</b> | Motivacija   |  | <b>4</b> | Izgradnja zajedničkog razumijevanja |  |

Da bi se ovi ciljevi ostvarili, izuzetno je važno razumjeti komunikacijski proces i sve njegove elemente. Za objašnjenje komunikacijskog procesa postoje brojne teorije, ali je ključno razumjeti da je to proces kojim određena poruka kreće od izvora (onoga ko šalje poruku), putem medija i ide do primaoca poruke, koji tu poruku doživljava na određeni način. Uspješna komunikacija se može postići onda kada izaberemo dobrog i relevantnog pošiljaoca poruke, razvijemo uspješnu poruku, pravilno je kodiramo i izaberemo pravi kanal kojim ćemo najbolje doći do ciljne publike koja će tu poruku dekodirati i pravilno razumjeti. Važnost ovih činilaca komunikacijskog procesa je u tome što svaki od njih mora biti u potpunosti jasan i konkretan da ne bi došlo do zabune. Zato je važno stalno razvijati vještine komunikacije.

## Vještine prezentacije

Vještine prezentiranja čine važan segment interpersonalnih vještina svakog pojedinca. S obzirom na to da prezentacija, zbog ograničenog vremena ili samog cilja i očekivanja publike, zahtijeva veći nivo kvaliteta komuniciranja od onog svakodnevnog, izuzetno je važno da se ona što kvalitetnije pripremi i uvježba. Dobra priprema i uvježbavanje značajno smanjuju tremu i daju jasnu strukturu prezentaciji. Zato je važno posvetiti se pripremi sadržaja prezentacije, uvježbati samu prezentaciju i isplanirati na koji način uključiti publiku.

### 1. dio: Priprema prezentacije

**Na samom početku**, neophodno je definisati osnovni cilj prezentacije koji mora prije svega biti potpuno jasan onome ko prezentaciju priprema, da bi mogao jasno prenijeti poruke publici. Cilj prezentacije može biti da se publici obezbijede određene informacije, da se promijeni stav ili utiče na njihovo ponašanje.

**Drugi korak** u pripremi prezentacije jeste dobra analiza publike. Za dobru analizu publike potrebno je prije svega utvrditi ko tu publiku čini, koliko je velika ta grupa i kakvo je porijeklo svakog od njih pojedinačno. Nakon toga je potrebno procijeniti njihova očekivanja od same prezentacije, koliko su zainteresovani za temu i koliko je poznaju. A na kraju utvrditi i šta oni misle o samoj temi, ali i govorniku, kakav imaju generalni stav i koliko su bliski sa govornikom.

**Treći korak** jeste razvijanje jasne i logične strukture prezentacije. Struktura prezentacije mora biti jasna i logički podijeljena na: uvod, razradu i zaključak. Obično postoje standardni uvodi u okviru kojih je neophodno reći nešto o sebi ili timu, objasniti svrhu prezentacije, obezbijediti dodatne informacije i skicu prezentacije, ukoliko je potrebno. Pošto je prvi utisak izuzetno važan, neophodno se pripremiti za odličan početak na način što će se isplanirati kako privući pažnju, ostvariti dobar kontakt i zainteresovati publiku.



Tokom prezentacije je važno prenijeti ključnu poruku i osnovne stavove, a onda iznositi argumente koji podržavaju osnovne stavove i pripremiti podršku za te argumente. Kako bi se dobilo pravo značenje, jako je važno smisleno grupisanje podataka, a ne samo iznošenje informacija. **Zaključak prezentacije treba da bude kratak i jasan, da sumira glavne stavke i uputi publiku na dalje korake.** Ne preporučuje se da se na kraju prezentacije izvinjava zbog nekog propusta, a nije dozvoljeno ni upoznavanje publike sa novim idejama.

Kada je riječ o audio-vizuelnim efektima, ne preporučuje se da se koriste da bi: zadivili ili izbjegli publiku ili čitali tekst riječ po riječ. Sa druge strane, oni se preporučuju za fokusiranje pažnje publike, kao podrška glavnim stavkama i da bi publika lakše razumjela značenje. Za što bolju prezentaciju se preporučuje da bude jasna i jednostavna, da se sadržaj podrži slikama, da se informacije grupišu na logičan način i da se izbjegavaju argumenti za koje govornik nema podršku.

## 2. dio: Prezentacija

Da bi prezentacija bila uspješna, za sami početak je važno razumjeti da je trema sasvim normalna i da je potrebno što prije pretvoriti u dobru pokretačku energiju. Zato je potrebno dobro pripremiti i uvježbati prezentaciju i kontrolisati okruženje. To znači da je prije same prezentacije potrebno provjeriti slajdove i zabilješke, testirati opremu i uvjeriti se da se svako u publici osjeća prijatno.

Osim verbalne komunikacije, izuzetno je značajna neverbalna komunikacija. Istraživanja kažu da od svih informacija koje prenesemo, pamti se: 55% govor tijela, 38% glas i 7% sadržaj. Jako je važno održavati kontakt sa publikom, gledati cijelu prostoriju, a ne monitor ili slajd. Izuzetno je važna i paraverbalna komunikacija, pa treba prilagoditi ton i jačinu glasa i koristiti pauze efektivno.

## 3. dio: Uključenost publike

Za uspješnu prezentaciju potrebno je da govornik bude spreman za razgovor sa publikom i da od samog početka ostvari neki kontakt sa publikom i uključi je u priču. Zato je neophodno stalno pratiti govor tijela publike i prilagođavati se njihovim reakcijama. Publiku treba stalno aktivno slušati i nije dozvoljeno ignorisati bilo kakvo pitanje, već se mora sačuvati energija za odgovore.



## Kako pobijediti tremu?

Stručnjaci procjenjuju da čak 77% svjetske populacije ima određeni nivo anksioznosti u pogledu javnog nastupa. Razlozi za strah od javnog nastupa su brojni. Najčešće razmišljamo o tome da ako otkrijemo sopstvene nedostatke, naša vrijednost u očima drugih će biti umanjena. Taj strah se može vidjeti na više različitih načina: znojenje dlanova, drhtanje, zamuckivanje, crvenilo, ubrzan rad srca.

Nekoliko je savjeta kako pobijediti taj strah:

1. **Uvježbavanje samog materijala** – kroz temeljnu pripremu smanjuje se šansa da u toku izlaganja napravite grešku;
2. **Vizualizacija** – u svojim mislima detaljno prolazite kroz scenu javnog nastupa, pri čemu sebe zamišljate kao osobu koja na samopouzdan način nastupa;
3. **Preslišavanje naglas** – sami, pred ogledalom ili pred grupom prijatelja;
4. **Publika** – što ste bolje upoznati sa ciljnom grupom ljudi kojoj izlažete svoju prezentaciju, to ćete biti spremniji da svoj govor prilagodite karakteristikama publike;
5. **Nemojte biti fokusirani na sebe** – fokus ne treba da vam bude na tome da li izgledate dobro, da li ste dovoljno dopadljivi i elokventni, da li djelujete spontano ili ne, već na publici, da li ona sluša i razumije izlaganje.

Ključno je da se opustite, a to možete uraditi na više načina:

1. **Zastanite i duboko udahnite. Vježbajte dok ne uvjerite sebe da vam prija da se tako opustate.**
2. **Odlučite se za držanje za koje znate da Vam pruža najviše samopouzdanja.**
3. **Isplanirajte kako ćete dobiti određeni odgovor od publike.**
4. **Obraćajte se direktno onima koji vas naročito pažljivo slušaju i pokazuju interesovanje.**

**5. Ako je neophodno, uposlite ruke: držite svoje bilješke, vizuelna pomagala ili neki drugi rekvizit.**

**6. Gledajte ljude u oči. Neka svaka Vaša misao bude upućena jednoj osobi.**

## **Pregovaranje**

Proces pregovaranja je složena aktivnost koju čini nekoliko faza. Prva, i po mišljenju mnogih teoretičara i praktičara, najvažnija faza svakog pregovaračkog procesa je priprema i planiranje pregovora.

Smatra se da ova faza donosi devedeset procenata uspjeha u pregovoru. Osnovni zadatak u ovoj fazi je proučiti i utvrditi raspoložive izvore informacija i na osnovu toga utvrditi sopstvene potrebe, želje i mogućnosti. Ako se dobro analiziraju potrebe jedne i druge strane, lakše se dolazi do takozvanog „win-win“ rješenja, tj. rješenja koje će maksimalno zadovoljiti i jednu i drugu stranu.

Druga faza je sam pregovarački proces, odnosno susret u kome se teži ostvarivanju sporazuma. Neophodno je učiniti sve da se smanji tenzija i izrazi namjera i želja za uspješnim ishodom pregovora za sve uključene strane.

**Važna komponenta u pregovaračkom procesu je komunikacija, koja omogućava bolje razumijevanje i otvara prostore za razmenu mišljenja i za dolazak do novih, kreativnih rešenja. Neophodno je da u procesu pregovaranja postoji aktivno slušanje, zatim pravilna interpretacija onoga što je izrečeno, praćenje neverbalnih signala itd.**

Pregovarači se generalno mogu podijeliti na tvrde i meke. Tvrdi pregovarači su skoncentrisani na ostvarivanje svojih interesa, vide svaku situaciju kao borbu u kojoj dobija onaj ko duže izdrži. Meki pregovarači su mnogo više okrenuti ka odnosima sa drugom stranom, žele prijateljsko rješenje, ali često završe sa osjećanjem iskorišćenosti.



## **Kao ključne vještine pregovarača mogu se nabrojati:**

---

1. Sklonost ka pregovaranju;
2. Vještina slušanja;
3. Velika očekivanja;
4. Vještina postavljanja pitanja;
5. Strpljenje;
6. Fleksibilnost;
7. Usmjerenje na zadovoljstvo sagovornika;
8. Sklonost ka preuzimanju rizika;
9. Rješenje problema i
10. Spremnost da ustanu i odu.



UNITED  
NATIONS  
MONTENEGRO



JOINT  
SDG  
FUND

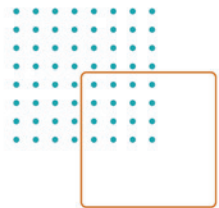
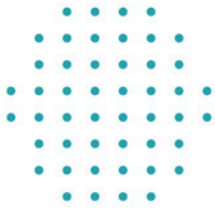
AKTIVIRAJ!



*Prijestonica Cetinje*



INSTITUT ZA  
PREDUZETNIŠTVO  
I EKONOMSKI RAZVOJ



Podgorica, jul 2022.