

OBSAH

9	<u>VŠECHNO JE PITCH, ŽE?</u> Předmluva Dietera Kosslicka	
12	<u>ÚVOD</u> Pitching = důsledný vývoj vašeho projektu	
17	<u>STRUKTURA KNIHY</u>	
19	<u>MYŠLENKOVÝ MOST</u>	
	<u>KAPITOLA I</u> Na začátku, před samotnou prezentací, stojí projekt a jeho tvůrce Pitching = struktura, vůle a touha	
24	KDY PŘISTOUPIT K PITCHOVÁNÍ NÁPADU?	1
26	LÁTKA Z POHLEDU POSLUCHAČŮ	2
28	PROJEKT MÍŘÍ NA TRH	3
30	AKTUÁLNÍ STAV PROJEKTU VE VZTAHU K OBSAHU	3.1
33	AKTUÁLNÍ STAV PROJEKTU V KONTEXTU LITERÁRNÍCH A PRODUKČNÍCH PŘÍPRAV	3.2
35	OBSAH PRVNÍHO PREZENTAČNÍHO NÁMĚTU – PRVNÍ PRODEJNÍ SYNOPSE	3.3
36	PŘÍPADNÝ PARTNER	3.4
36	SITUACE NA TRHU	3.5
37	PRODEJNÍ POTENCIÁL A MOŽNOSTI, MERCHANDISING	3.6
37	PRŮZKUM TRHU A UPLATNĚNÍ PROJEKTU	3.7
40	PRIMÁRNÍ A SEKUNDÁRNÍ CÍLOVÁ SKUPINA	3.8
40	INFORMAČNÍ ZDROJE	3.9
43	PRO JAKÉ PUBLIKUM?	4
44	CÍLOVÉ SKUPINY – KATEGORIE	4.1
45	USP A UBP	5
	<u>KAPITOLA II</u> Proces pitchingu začíná Pitching = vzbudit pozornost a zájem	
56	FORMY A SITUACE V PITCHINGU	A
59	NEFORMÁLNÍ PITCHING: SPOLEČENSKÝ ROZHOVOR (SOCIAL TALK)	A1
61	PRVKY PITCHINGU – INFORMAČNÍ SOUBORY	B
61	JEDNOTLIVÉ INFORMAČNÍ SOUBORY A JEJICH POŘADÍ V PROCESU PITCHINGU	B1
62	OČ SE JEDNÁ?	B1.1
62	LÁTKA V RŮZNÝCH DÉLKÁCH A VERZÍCH	
66	CESTY K DOBRÉ SYNOPSI	
67	NEVYHNUTELNÉ TŘETÍ JEDNÁNÍ	
68	POSTAVY A KONTEXT	B1.2

OBSAH

70	KRÁTCE A VÝSTIŽNĚ: JEDNOŘÁDKOVÝ SLOGAN (ONE-LINER), PITCH-, RESP. LOG-LINE	B1.3
74	NÁZEV FILMU	
74	X MEETS Y	
75	TÉMA A EMOCIONÁLNÍ ÚČINEK	B1.4
76	JAKÝCH ZÁKLADNÍCH EMOCÍ SE MÉ TÉMA DOTÝKÁ? PODSTATA A JEJÍ EMOCIONÁLNÍ PŮSOBENÍ	
77	DALŠÍ PŘÍKLADY EMOCIONÁLNÍHO PŮSOBENÍ, TÉMAT A ZÁKLADNÍCH PRVKŮ	
78	ŽÁNŘ	B1.5
80	JAK SE PREZENTUJÍ VELKÉ CITY	
80	PREZENTUJÍCÍ, JEHO POCITY A JAZYKOVĚ DŮSLEDNÉ FORMULOVÁNÍ	
81	JAZYK FILMU, JEHO ATMOSFÉRA A JAZYKOVĚ DŮSLEDNÉ FORMULOVÁNÍ PŘI PREZENTACI	
83	DŮSLEDNÝ PŘÍSTUP K VÝBĚRU JMEN FILMOVÝCH POSTAV	
83	POUŽITÍ JMEN V SYNOPSI	
84	POUŽITÍ DIALOGŮ A CELÝCH SCÉN PŘI PITCHINGU	
85	CO DIVÁK UVIDÍ?	B2
85	VIZUÁLNÍ KONCEPCE	B2.1
87	JEDEN OBRAZ ŘEKNE VÍC NEŽ TISÍC SLOV	B2.2
91	ROZPOČET A FINANCOVÁNÍ	B3
93	PACKAGE (BALÍČEK): FINANČNÍ A TVŮRČÍ PRVKY JAKO PŘIDANÁ HODNOTA	B3.1
93	FINANČNÍ POTENCIÁL	
94	KREATIVNÍ POTENCIÁL: TALK ABOUT TALENT	
95	DRAMATURGIE PREZENTACE – STRUKTURA A PRŮBĚH	C
96	PODPŮRNÝ DOPROVODNÝ MATERIÁL	C1
97	STRUKTURÁLNÍ MODELY	C2
99	POKRAČOVÁNÍ – FOLLOW-UP	C3

KAPITOLA III

Když člověk prezentuje

Pitching = znalost vlastních silných a slabých stránek

104	TVŮRCE A JEHO POSTOJ	A
107	TVŮRCE A KOMUNIKACE	A1
108	TVŮRCE A KRITIKA	A2
110	KRITIKA A ZMĚNA	A2.1
111	KRITIKA JE SNÍDANĚ ŠAMPIONŮ	A2.2
112	TVŮRCE A STANOVENÍ CÍLŮ	A3
113	ROZVOJ CÍLŮ	A3.1
114	KREATIVNÍ STRATEGIE	A3.2
115	PRIORITY	A3.3
116	TVŮRCE, PENÍZE A ÚSPĚCH	A4

OBSAH

116	ZBAVTE SE NEUVĚDOMĚLÉHO CHOVÁNÍ	A5
118	OSOBNOSTNÍ STRUKTURY	A5.1
120	RESPEKT A SPOLEHLIVOST	A5.2
120	PITCHERCISE... – UČEBNÍ A MOTIVAČNÍ STRATEGIE	A6
120	ČTYŘI STUPNĚ UČENÍ	A6.1
122	JASNÉ ROZHODNUTÍ A ROZHODOVACÍ STRATEGIE	A7
124	FYZIOLOGICKÉ, NEUROLOGICKÉ A PRAKTICKÉ SLOŽKY – PRAGMATICKÉ ŘEŠENÍ	B
124	STRES A JEHO ZVLÁDÁNÍ	B1
125	PSYCHOLOGICKÝ PODTEXT STRESU V SOUČASNOSTI	B1.1
126	ADRENALIN – PRO A PROTI	B1.2
127	ZÁCHRANA A PRVNÍ POMOC PŘI STRESOVÉ ATACE	B1.3
128	POJMENOVAT, ALE NEHODNOTIT	B1.4
129	SPRÁVNÁ FORMULACE VNITŘNÍCH DIALOGŮ	B1.5
131	ZVLÁDÁNÍ STRESU POMOCÍ UVOLŇOVACÍCH CVIKŮ	B2
132	SPRÁVNÉ DÝCHÁNÍ	B2.1
134	PREVENCE STRESU PROSTŘEDNICTVÍM KOMPETENCE	B2.2
134	__ SPRÁVNÁ PRÁCE S MIKROFONEM	
135	__ SPRÁVNÉ ZACHÁZENÍ S DOPROVODNÝMI MATERIÁLY	
137	SPRÁVNÝ ODHAD VLASTNÍCH SIL	B2.3
137	__ OSOBNÍ ČASOVÝ MANAGEMENT	
138	__ JAZYK A PŘEKLAD	
138	__ OBLEČENÍ	
139	__ ZPRACOVÁNÍ INFORMACÍ	

KAPITOLA IV

Rovnováha mezi člověkem a projektem – kongruence (shoda)
v komunikaci a vystupování
Pitching = ekonomie slova a pozornosti

144	ŘÍKAT, CO SI ČLOVĚK MYSLÍ – DĚLAT, CO ŘÍKÁ – BÝT TÍM, CO DĚLÁ	1
145	CO S TÍM MÁ KOMUNIKACE SPOLEČNÉHO?	2
145	AUTENTICKÉ CHOVÁNÍ	2.1
146	SHODA VERBÁLNÍCH A NEVERBÁLNÍCH ČÁSTÍ A PSYCHICKÝ VZTAH (RAPORT)	2.2
147	PRVNÍ DOJEM	3
148	VYTVÁŘENÍ ATMOSFÉRY DŮVĚRY	3.1
148	PROCVIČOVÁNÍ VLASTNÍHO VNÍMÁNÍ VE VZTAHU K PARTNEROVI V DIALOGU	4
148	TÓN DĚLÁ MUZIKU	4.1
149	VELKÉ MLČENÍ	4.2
149	PROCVIČOVÁNÍ VLASTNÍHO VNÍMÁNÍ VE VZTAHU K SOBĚ SAMÉMU	5
150	DRŽENÍ TĚLA	5.1
150	NÁCVIK ÚSMĚVU	5.2
151	DOBŘÁ VÝSLOVNOST	5.3
153	DO SLOVA A DO PÍSMENE	6

OBSAH

153	<u>PASLOVA</u>	6.1
153	<u>PREVENTIVNÍ ODVOLÁNÍ</u>	6.2
154	<u>NEPŘESNÉ FORMULACE</u>	6.3
155	<u>ZPŮSOBOVÁ SLOVESA</u>	6.4
156	<u>NESPECIFICKÁ ADJEKTIVA</u>	6.5
156	<u>NESPECIFICKÁ NOMINALIZACE</u>	6.6
156	<u>ZPŮSOB VYPRÁVĚNÍ</u>	7
156	<u>POUŽÍVÁNÍ PODMIŇOVACÍHO ZPŮSOBU</u>	7.1
157	<u>PŘÍMÉ A NEPŘÍMÉ VĚTNÉ KONSTRUKCE</u>	7.2
157	<u>KOMENTUJÍCÍ VSUVKY</u>	7.3
157	<u>HYPNOTICKÝ ZPŮSOB VYPRÁVĚNÍ</u>	7.4
158	<u>NEGATIVNÍ FORMULACE</u>	7.5
159	<u>JAK SE DÁ VŠE SPOJIT DO JEDNOHO CELKU: PITCHING = DŮSLEDNÝ VÝVOJ VAŠEHO PROJEKTU</u>	8
161	<u>ZÁVĚREČNÉ ZAMYŠLENÍ</u>	
163	<u>...A JEŠTĚ VELKÉ DÍKY!</u>	
166	<u>LITERATURA</u>	
167	<u>VĚCNÝ REJSTŘÍK</u>	
169	<u>EDIČNÍ POZNÁMKA</u>	