

Практичне заняття №7

Тема розділу програми:	Імідж ділової людини	
Тема (номер) уроку:	Тема уроку № 44 Поміркуйте над іміджем своєї професії	
Мета:	Навчальна: – продовжити формувати поняття про імідж, його види. Розвиваюча: – розвивати вміння і навички дотримуватись правил охорони праці і внутрішнього розпорядку установи, підприємства, організації; – розвивати пізнавальну активність і самостійність; – розвивати вміння виділяти спільні і окремі ознаки об'єктів вивчення, порівнювати їх між собою, аналізувати, виділяти головне і робити висновки; – розвивати вміння і навички роботи з довідковими джерелами інформації; – розвивати вміння і навички щодо застосування теоретичних знань на практиці; – розвивати вміння і навички дотримуватись правил особистої та суспільної гігієни. Виховна: – виховувати розуміння співвідношення біологічного та соціального в укріпленні здоров'я; – виховувати розуміння та потреби необхідності виконувати елементарні гігієнічні правила; – виховувати загальнолюдські цінності, дисципліну, сумлінність, відповідальність, акуратність; – виховувати екологічну культуру;	

	– виховувати розуміння необхідності вести здоровий спосіб життя.	
--	--	--

ОСНОВНА ЧАСТИНА		
Зміст завдання та послідовність його виконання		Ескізи, рисунки, схеми
Операції та порядок їх виконання	Інструкційні вказівки і пояснення	
1. Підготовка до роботи.	■ Ознайомитись з Інструкцією з охорони праці та техніки безпеки здобувачів освіти у класі під час виконання практичного заняття ■ Підготувати робоче місце здобувача освіти. ■ Ознайомитись з інструкційно-технологічною карткою, навчальними посібниками, нормативно-технічною документацією, довідковою літературою тощо.	

2. Ознайомлення з базисними основами поняття «імідж» людини.

■ Розглянути рис. 1-13 та ознайомитись з поняттям «імідж» людини, його складовими, проявами, історією становлення і трансформації поняття.

■ Записати в робочий зошит кілька власних визначень поняття «імідж».

■ Заповнити та записати в робочий зошит підсумкову таблицю, наведену на рис. 14.

■ Звернути увагу на те, що виділяють зовнішні та внутрішні чинники формування іміджу.

✓ Зовнішні чинники іміджу:

– зовнішній вигляд: одяг, аксесуари одягу, зачіска, макіяж;

– гарні манери: належні жести, пози, постава, хода;

– виразність міміки та вміння нею керувати;

– вміння використовувати простір для спілкування тощо.

✓ Внутрішні (психологічні) чинники іміджу:

– мистецтво подобатися людям;

– вміння правильно спілкуватися;

– наявність необхідних для позитивного іміджу якостей особистості;



Основні визначення іміджу:

- Імідж - надзвичайно яскраво емоційно забарвлений образ чогось або когось, який склався в масовій свідомості і має характер стереотипу, йому характерні значні регуляторні властивості (Л.Брун).
- Імідж - особливий психічний образ, який сильно й певним чином впливає на емоції, поведінку та відносини особистості чи соціальної групи (Г.Печенюк).
- Імідж - маніпулятивний, привабливий, легко трактований психічний образ, що виникає при адекватному сприйнятті чогось або когось, впливає на емоційну сферу людини і поведінку на її підсвідомість, а через них на поведінку людини (В.Шенель, Е.Уткін).
- Імідж - цілеспрямовано сформований образ будь-якої особи, предмета, явища, пов'язаний спроби на кого-небудь емоційний і психологічний вплив з метою реклами, популяризації і т. п.

Рис. 1

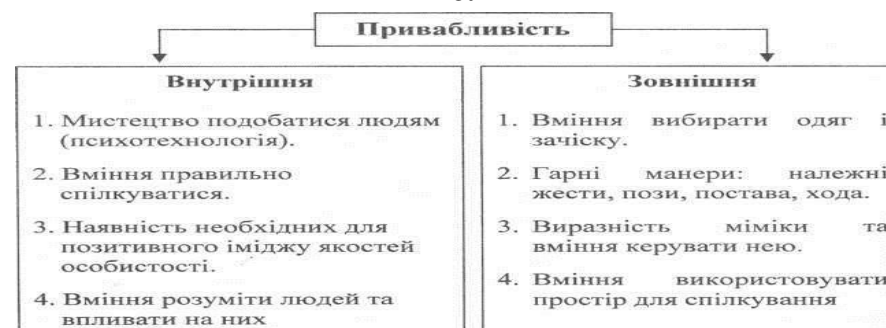


Рис. 2

– вміння розуміти людей та впливати на них тощо.

■ Професійний імідж – це уявлення про людину як про спеціаліста чи професіонала.

■ Ефективний імідж – це таке уявлення про ділову людину в суспільстві, що допомагає їй успішно розв’язувати такі завдання, як: досягнення самоповаги і внутрішнього само комфорту, просування догори соціальними сходами, покращення професійних результатів.

■ Завдання іміджу також різноманітні, як його компоненти:

- ✓ сприяти успіху, формуючи сприятливе враження у оточуючих;
- ✓ зміцнювати впевненість у собі;
- ✓ акцентувати увагу на сильних сторонах особистості та коригувати слабкі;
- ✓ приводити зовнішній вигляд і поведінку у відповідність з ситуацією.

■ Формування іміджу – процедура, спрямована на створення в людей (в аудиторії іміджу) певного образу об’єкта (прототипу іміджу, а саме: людини, товару чи організації) з певною його оцінкою у вигляді усвідомлюваної чи неусвідомлюваної

Поняття іміджу

*Імідж – це мистецтво управляти
враженнями*

- Слово «Імідж» у перекладі з англійської мови означає «образ», «престиж», «репутація».
- Імідж – це те враження, яке справляє особистість на іншу людину або суспільну групу.
- Імідж – це ваш образ в очах інших.
- Вдалий імідж – це здатність переконати навколишніх у тому, що носій іміджу є втіленням тих ідеальних якостей, які б вони хотіли мати.

Поняття іміджу та його класифікація

Зовнішній вигляд – невід’ємна складова формування першого враження про людину. Імідж менеджера індустрії гостинності відіграє велике значення у його роботі.

Особистісний імідж класифікують на різновиди:

- Середовищний
- Габітарний
- Предметний
- Вербальний
- Кінетичний

Рис. 3



Рис. 4

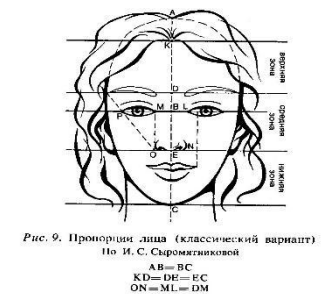


Рис. 9. Пропорции лица (классический вариант)
По И. С. Сыромятниковой
AB=BC
KD=DE=EC
ON=ML=DM

думки про цей образ (прототип іміджу), для досягнення психологічного тяжіння аудиторії іміджу до даного об'єкта.

Синонімом терміну «формування іміджу» є іміджування.

■ Іміджування – це складна, копітка й необхідна робота, націлена на турботу про власний внутрішній зміст, постановку життєвих цілей, формування життєвих навичок і налаштувань.

Ефективність іміджування залежить від уміння правильно побудувати, розрахувати діяльність, від уміння побудувати здорову, розумну трудову модель.

■ Професор В. Шепель назвав іміджелогію наукою «про особисту чарівність».

■ **Важливо!!!** Створюючи собі імідж, людина показує, яке місце в суспільстві вона відводить сама собі. Представлений навколишньому середовищу образ сприймається і як відображення рівня самооцінки індивіда.

Сьогодні вже сформувалася наука – мова тіла, що вивчає безсловесне мовлення. Як зазначають дослідники,

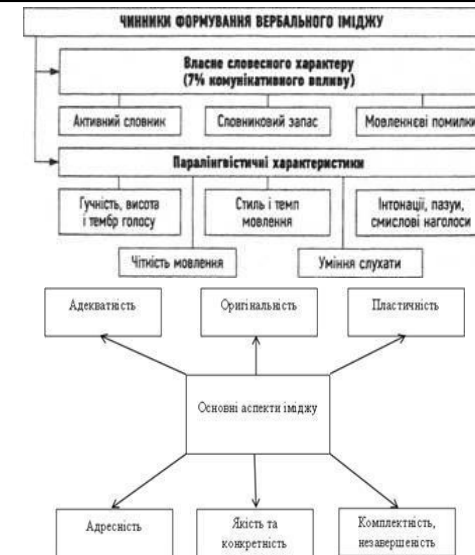


Рис. 5

вираз обличчя, поза, жести і т.д., коли йдеться про сприйняття співрозмовника як особистості, набагато ефективніші, ніж його словесне мовлення. Тому «мова» тіла має гармоніювати з вербальним мовленням, доповнюючи і підсилюючи його, а не створювати так званий інформаційний шум, який заважає сприйняттю.

Кожен мовець повинен виробити в собі звичку свідомо аналізувати цю «мову», довести її використання до автоматизму. Алан Піза рекомендує виділяти на це щодня бодай 15 хвилин. Тоді не буде проблем із тим, що робити з руками, куди їх подіти тощо. Водночас мовець умітиме «читати» з поведінки своїх комунікативних партнерів. «Мова» тіла здебільшого не усвідомлюється, тому мовцеві у невербальних реакціях важче прикидатись і фальшивити, ніж у словесному мовленні. Ця ж мова може збуджувати довір'я співрозмовника, заохочувати його до спілкування, до відкритості й відвертості.

За даними фахівців у галузі спілкування, приблизно 55% інформації ми отримуємо від

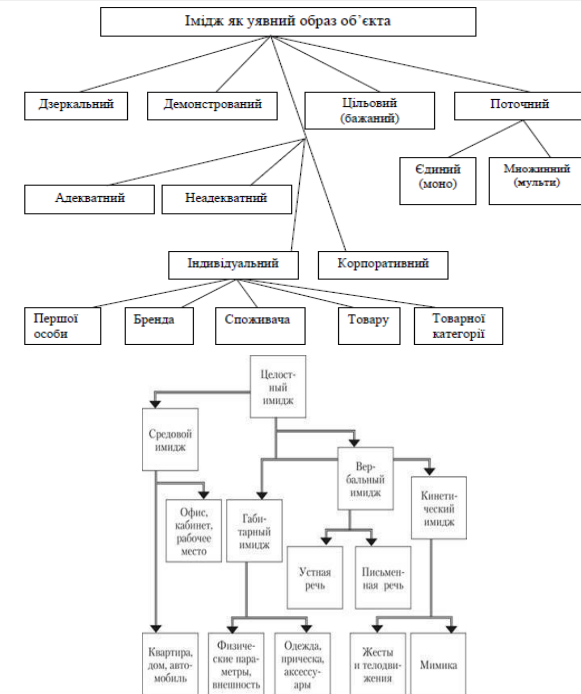


Рис. 6

невербальних знаків, що супроводжують мовленнєвий контакт (міміка, жести), 38% голос, висота тону, тембр і тільки 7% – зміст вимовленого.



Рис. 7

СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ ІМІДЖУ

1. Візуальний образ:

костюм, зачіска, взуття, макіяж.

2. Внутрішній образ:

а) вербальне поводження: голос, настрій,

б) невербальне поводження: манера
поводження, жести, міміка, етикет.

3. Менталітет:

інтелект, духовна практика, креативність.



MyShared

Складові іміджу

Образ (те, що виникає із появою людини в колективі й залишається, коли людина йде).

Зовнішній аспект (манери, хода, жести, міміка, одяг, зачіска).

Внутрішній аспект (інтелект, думки, ерудиція, духовність, інтереси).

Процесуальний аспект (тепловий контакт, пластичність, діяльність, емоції).

Основа іміджу (позиції, настанови)

повинна відповідати психології переможця:

висока самооцінка; оптимізм;

віра в добро; уміння відчувати те,

що відбувається, й бути причетним

до цього; уміння змінюватися, сприймати нові



Рис. 8

Складові іміджу

Образ (те, що виникає із сповною людиною в колективі й залишається, коли людина йде).

Зовнішній аспект (матерія, хода, жести, міміка, одяг, зачіска).

Внутрішній аспект (інтелект, думки, ерудиція, духовність, інтереси).

Процесуальний аспект (темперамент, темп, пластичність, діяльність, емоції).

Основа іміджу (позиції, постанови) повинна відповідати психології переможця: висока самооцінка; оптимізм; віра в добро; вміння відчувати те, що відбувається, й бути причетним до цього; вміння змінюватися, сприймати нове.



Імідж

(англ. *image*, від лат. *imago, imitari* — «імітувати») — штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи

Імідж — це позитивний результат довгої спільної праці керівництва і персоналу фірми. Імідж складається з зовнішнього образу (одягу і речей, міміки, поведінки) та внутрішнього образу, який неможливо побачити, але який відчувається і дуже впливає на сприйняття людьми оточуючими (вміння правильно будувати спілкування, позитивні якості особистості, вміння розуміти людей і вміння справляти враження).

Імідж людини — це думка про цю людину у групі людей в результаті сформованого в їхній свідомості образу цієї людини, що виникла внаслідок прямого її контакту з цією людиною або внаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей.

Імідж фірми — це думка про дану організацію у групі людей на основі сформованого у них образу цієї фірми, що виник внаслідок або прямого контакту з цією фірмою, або в результаті інформації, отриманої про цю фірму від інших людей.

Діловий імідж спеціально проєктується в інтересах людини або фірми з урахуванням особливостей діяльності та зовнішніх якостей.

6

Рис. 9



Рис. 10

Складові іміджу:

- Знання психології, компетентність, загальна ерудиція (професіоналізм)
- Культура одягу (охайність, чистота, елегантність, кольорова гама, стиль) - візуальна привабливість
- Загальний вигляд (зачіска, гігієна, взуття, парфум, аксесуари, загальний силует)
- Манера спілкування, уміння налагоджувати стосунки з класом і окремими учнями, з батьками, з адміністрацією, з педагогами
- Уміння уникати конфліктні ситуації
- Мова тіла, жести, міміка
- Культура поведінки (чесність, порядність, доброзичливість)
- Добрі манери
- Статус (категорія, праці, тощо), нагороди, відзнаки

Основні компоненти структури особистісного іміджу

- «Я – образ»
- професійна складова іміджу
- комунікативна складова іміджу
- харизма
- габітарний імідж

Рис. 11

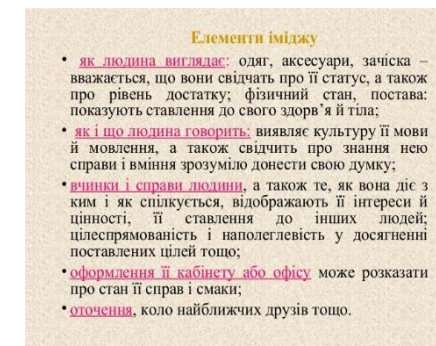
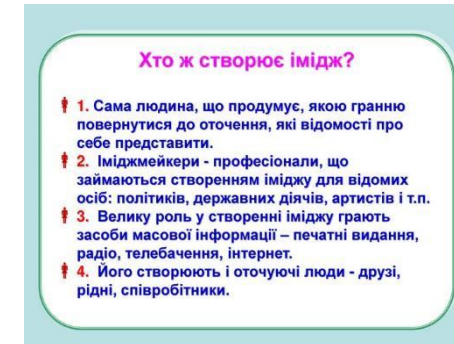


Рис. 12

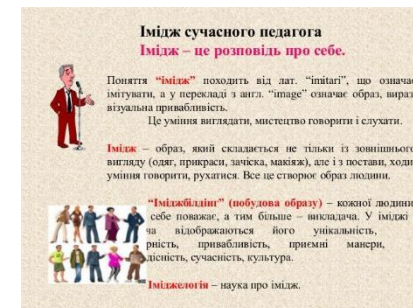


Рис. 13
Складові іміджу особистості

№ з/п	Складова іміджу особистості	Характеристика
1.		
2.		
3.		
...		

Рис. 14

3. Набуття навичок визначення ключових (визначальних) аспектів іміджу особистості (зовнішності).

■ Розглянути рис. 15-27 та визначити ключові (визначальні) аспекти іміджу особистості (зовнішності), зазначити які деталі зовнішнього вигляду формують враження-сприйняття особистості оточуючими.

■ Визначити та записати в робочий зошит, які деталі зовнішнього вигляду (зачіска, колір волосся, стиль одягу, макіяж, аксесуари тощо) та яким чином впливають на формування іміджу людини, її соціальної ролі.

■ Звернути увагу на те, що зовнішній вигляд сучасної людини – це перший крок до успіху в ділових стосунках. Привабливий зовнішній вигляд – це поєднання багатьох компонентів: одяг і макіяж, колір обличчя, доглянута шкіра, укладене волосся та ін.

■ Необхідно пам'ятати, що одяг відображає і підкреслює індивідуальність, характеризує людину як особистість. Не потрібно намагатися пригнічувати багатством своєї зовнішності: імітація багатства вважається вельми неетичним явищем сьогодення.

■ До уваги!!! Службова обстановка накладає певні вимоги до зовнішнього вигляду ділової людини. В світі моди



Рис. 15



Рис. 16



Рис. 17

давно склалося певне поняття – «діловий костюм». Він, звичайно, враховує останні тенденції в моді, але при цьому залишається певною мірою строгим і консервативним.

Здійснюючи підбір костюма в широкому сенсі (тобто враховуючи всі супутні компоненти), потрібно керуватись такими загальними правилами:

- ✓ єдність стилю;
- ✓ відповідність стилю конкретній ситуації;
- ✓ розумна мінімізація колірної гамми («правило трьох кольорів»);
- ✓ зі ставність кольорів в колірній гаммі;
- ✓ сумісність фактури матеріалу;
- ✓ зі ставність характеру малюнка в різних компонентах одягу;
- ✓ відповідність якісного рівня аксесуарів (взуття, папки для паперів, портфеля та ін.) якості основного костюма.

Головне правило, яке потрібно виконувати підбираючи діловий костюм та всі його компоненти, – загальне враження охайності, акуратності і навіть деякої



Рис. 18



Рис. 19



Рис. 20

педантичності в одязі (це повинно примусити партнера думати, що така акуратність присутня й у справах).

■ **Поміркуємо!!!** Останнім часом такі аксесуари, як годинник, окуляри, ручки стали символами добробуту людини. Проте вони не повинні відволікати від загального сприйняття зовнішності.

■ Ключові чинники, які справляють позитивне враження щодо сучасної жінки:

- ✓ елегантний одяг;
- ✓ приваблива зачіска;
- ✓ тонкий макіяж;
- ✓ вражаючі аксесуари (за доречних обставин).

Жінка може користуватися значно більшою свободою у виборі фасону одягу, матеріалу і кольору тканини, ніж чоловік.

■ Зовнішній вигляд сучасної людини є наочною багатовимірною інформацією: про її економічні можливості, естетичний смак, належність до професійного прошарку, відношення до навколишніх людей і т.ін. Одяг є своєрідною візитною карткою. Він має психологічну дію на партнерів по спілкуванню, нерідко



Рис. 21



Рис. 22

зумовлюючи їх відношення один до одного.

■ Зовнішність особи включає два основних компоненти: фізичні характеристики та артефакти зовнішності.

✓ Фізичні характеристики (колір шкіри, контур обличчя, колір очей, форма губ, структура й колір натурального волосся та будова тіла) є генетично успадкованими, проте можуть змінюватись з віком або в результаті певних штучних змін зовнішності чи хвороби. Фізична зовнішність може бути правдивим відображенням приналежності до певної національності чи соціального класу або навіть відображенням певних психічних характеристик.

✓ Артефакти зовнішності – засоби зовнішнього само оформлення: одяг, взуття, зачіска, прикраси, макіяж тощо. Вони включають і нетрадиційні засоби зміни фізичної зовнішності: пірсинг, тату аж, пластичні операції тощо. Артефакти відіграють не останню роль у створенні загального враження про людину – впливають на загальний зовнішній вигляд, виражають настрій, смак та індивідуальність; змінюють



Рис. 23



Рис. 24



Рис. 25

фізіологічні реакції, судження та інтерпретації. Вони можуть вказувати на приналежність до певної релігії, професії, культури тощо, бути засобами маскування.



Рис. 26

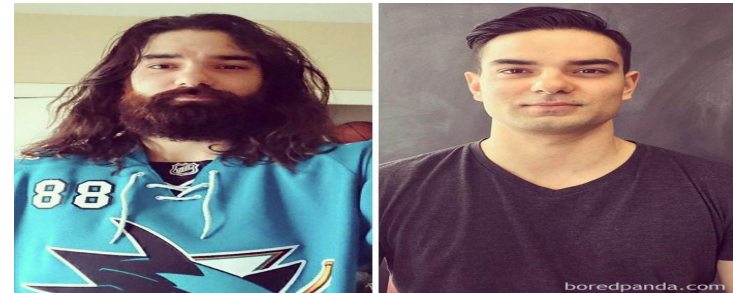


Рис. 27

4. Практичне завдання – «Техніки створення власного іміджу».

- Заповнити та записати в робочий зошит таблицю, наведену на рис. 28.
- Зауважити, що перш, ніж починати працювати над створенням свого власного іміджу, необхідно оцінити, які аспекти власного образу вже зараз задовольняють Вас, а що потребує корекції і розвитку.
- Під час заповнення таблиці намагайтеся максимально об'єктивно оцінювати, чи є певні чинники іміджу Вашими перевагами, або ж вони

Оцінка власного іміджу

	заважають створенню цілісного позитивного образу в очах оточуючих: ✓ Категорія «перешкода» оцінюється в 0 балів; ✓ «на рівних з іншими» – 1 бал; ✓ «вище середнього рівня» – 2 бали; ✓ «першокласна риса іміджу» – 3 бали. Підрахуйте загальну суму балів. Якщо Ви набрали: ✓ від 0 до 8 балів, то Вам доведеться серйозно попрацювати над собою, т. як більшість складових Вашого іміджу працюють не на Вас, а проти Вас; ✓ від 9 до 12 балів, то в цілому Ваш образ можна оцінити як «невиразний», «такий, що не запам’ятовується»; ✓ від 13 до 24 балів, то Ваш імідж непослідовний, в певних аспектах він хороший, але слабкий в інших. В різних ситуаціях можуть проявлятися різні сторони іміджу – деколи сильні, деколи слабкіші, тому й оцінка Вашого образу в очах оточуючих буде неоднозначною; ✓ від 25 до 36 балів, це свідчить про впевненість у наявності у Вас сформованого позитивного іміджу.					

■ Крім загального результату зверніть увагу на ті конкретні чинники Вашого іміджу, які знаходяться не на належному рівні. Спробуйте конкретизувати їх, щоб виявити які кроки необхідно робити для корекції.

■ Підсумком роботи над таблицею з чинниками іміджу повинна стати Ваша індивідуальна таблиця з конкретними «проблемними зонами», яка і стане керівництвом до дій.

■ **До уваги!!!** Складовими поняття «імідж» для особи є:

1. Професіоналізм і компетентність. Кожна особа повинна мати знання, володіти методами реалізації своїх обов'язків. Джерелом знань є книги, власний і чужий досвід. Здобути їх можна завдяки особистій старанності, проникливості, самокритичності, сприйнятливості.

2. Динамізм, швидка реакція на ситуацію, активність.

3. Моральна надійність особи. Це є необхідною умовою для того, щоб працівники організації могли довіряти людині і водночас відчувати її підтримку.

4. Уміння впливати на людей справою, словом і зовнішнім виглядом.

9.	Уміння складати добре враження.				
10.	Фігура.				
11.	Доглянутість (волосся, шкіра, руки тощо).				
12.	Одежа (наявність власного стилю).				

Алгоритм програми корекції власного іміджу

№ з/п	Акценти	Програма корекції
1.	Зовнішність: а) обличчя; б) фігура; в) одяг; г) хода.	1. Що мені в ній подобається? 2. Що мені в ній не подобається? 3. Що в ній відповідає (не відповідає) моїм уявленням про мій ідеальний імідж? 4. Список виявлених недоліків (хрестиком помітьте ті, які можна виправити косметично). 5. Які з них «ріднять» мене з більшістю мого оточення? 6. Як я можу виправити цю подібність?
2.	а) Голос; б) Жестикуляція; в) Поза; г) Вираз обличчя (міміка); д) Мова.	

	Виховний вплив справою реалізується у формі особистого прикладу, активного залучення людей до трудової діяльності, вплив словом – завдяки вмілому користуванню засобами ділової риторики. Вплив зовнішнім виглядом передбачає ефективну самопрезентацію (етика спілкування, естетика одягу, приваблива манера поведінки тощо). 5. Гуманітарна освіченість. Основу світоглядних засад особистості можуть становити такі цінності: соціальна захищеність, здоров'я, духовне багатство, екологічна безпека людей. 6. Психологічна культура особи. Знання психології людей, їхніх індивідуальних особливостей та характерологічних рис є передумовами успішної діяльності організації.	<table> <tr> <td data-bbox="1238 151 1319 671">3.</td><td data-bbox="1319 151 1704 671"> Минуле: а) автобіографія; б) професійна кар'єра. </td><td data-bbox="1704 151 2123 671"> 1. Що мені в ньому подобається? 2. Що мені в ньому не подобається? 3. Зазначте все, що оказалось спільним у Вас з кимось з вашого оточення, хто є взірцем вдалого іміджу (наприклад, місце народження, вік тощо). 4. Про що я повинен промовчати (які факти біографії «грають проти мене»? </td></tr> <tr> <td data-bbox="1238 671 1319 858">4.</td><td data-bbox="1319 671 1704 858">Родина</td><td data-bbox="1704 671 2123 858"> 1. Що мені в ній подобається (влаштовує)? 2. Що мені в ній не подобається (не влаштовує)? </td></tr> <tr> <td data-bbox="1238 858 1319 1082">5.</td><td data-bbox="1319 858 1704 1082">Хобі</td><td data-bbox="1704 858 2123 1082"> 1. Мені необхідно зайнятися _____, щоб підкреслити свою індивідуальність, стиль, оригінальність, харизму тощо (продовжить список). </td></tr> <tr> <td data-bbox="1238 1082 1319 1417">6.</td><td data-bbox="1319 1082 1704 1417">Робоче місце</td><td data-bbox="1704 1082 2123 1417"> 1. Що на моєму робочому місці та які мої аксесуари відображають мою: • Оригінальність; • Консерватизм; • Авторитет; • Акуратність; • Педантизм; • Інше </td></tr> </table>	3.	Минуле: а) автобіографія; б) професійна кар'єра.	1. Що мені в ньому подобається? 2. Що мені в ньому не подобається? 3. Зазначте все, що оказалось спільним у Вас з кимось з вашого оточення, хто є взірцем вдалого іміджу (наприклад, місце народження, вік тощо). 4. Про що я повинен промовчати (які факти біографії «грають проти мене»?	4.	Родина	1. Що мені в ній подобається (влаштовує)? 2. Що мені в ній не подобається (не влаштовує)?	5.	Хобі	1. Мені необхідно зайнятися _____, щоб підкреслити свою індивідуальність, стиль, оригінальність, харизму тощо (продовжить список).	6.	Робоче місце	1. Що на моєму робочому місці та які мої аксесуари відображають мою: • Оригінальність; • Консерватизм; • Авторитет; • Акуратність; • Педантизм; • Інше
3.	Минуле: а) автобіографія; б) професійна кар'єра.	1. Що мені в ньому подобається? 2. Що мені в ньому не подобається? 3. Зазначте все, що оказалось спільним у Вас з кимось з вашого оточення, хто є взірцем вдалого іміджу (наприклад, місце народження, вік тощо). 4. Про що я повинен промовчати (які факти біографії «грають проти мене»?												
4.	Родина	1. Що мені в ній подобається (влаштовує)? 2. Що мені в ній не подобається (не влаштовує)?												
5.	Хобі	1. Мені необхідно зайнятися _____, щоб підкреслити свою індивідуальність, стиль, оригінальність, харизму тощо (продовжить список).												
6.	Робоче місце	1. Що на моєму робочому місці та які мої аксесуари відображають мою: • Оригінальність; • Консерватизм; • Авторитет; • Акуратність; • Педантизм; • Інше												

		<table><tr><td></td><td></td><td>2. Що на моєму робочому місці та що з моїх аксесуарів необхідно змінити, щоб підкреслити свої переваги, приховати недоліки?</td></tr></table>			2. Що на моєму робочому місці та що з моїх аксесуарів необхідно змінити, щоб підкреслити свої переваги, приховати недоліки?
		2. Що на моєму робочому місці та що з моїх аксесуарів необхідно змінити, щоб підкреслити свої переваги, приховати недоліки?			
5. Перевірка засвоєння навчального матеріалу.	✓ <u>Самостійно в зошиті дати відповіді на узагальнюючі питання, направити на електронну адресу.</u>	1. Поміркуйте та викладіть власні роздуми щодо питання чи є різниця між поняттями «імідж» і «зовнішній вигляд». 2. Дайте характеристику іміджу як основи успіху сучасної особистості. 3. Охарактеризуйте зовнішні та внутрішні чинники іміджу людини. 4. Зазначте та обґрунтуйте як впливає зовнішній вигляд на імідж людини. 5. Охарактеризуйте складові зовнішнього вигляду сучасної жінки/чоловіка. 6. Поміркуйте над іміджем своєї професії.			

Дякую вам за активність, прагнення до самостійного здобуття знань

Відповіді надсилайте на електронну адресу: 12111964elenadenisenko@gmail.com

Викладач

Олена ДЕНИСЕНКО