



**Московский государственный университет им.М.В. Ломоносова
Высшая школа современных социальных наук**

Имидж

Москва 2020

Первое впечатление

**Первое впечатление складывается на основе трех
компонентов общения:**

вербального, или что мы
говорим

вокального или как мы
говорим

визуального – как мы при этом
выглядим

Первое впечатление

3 зоны

Верхняя зона

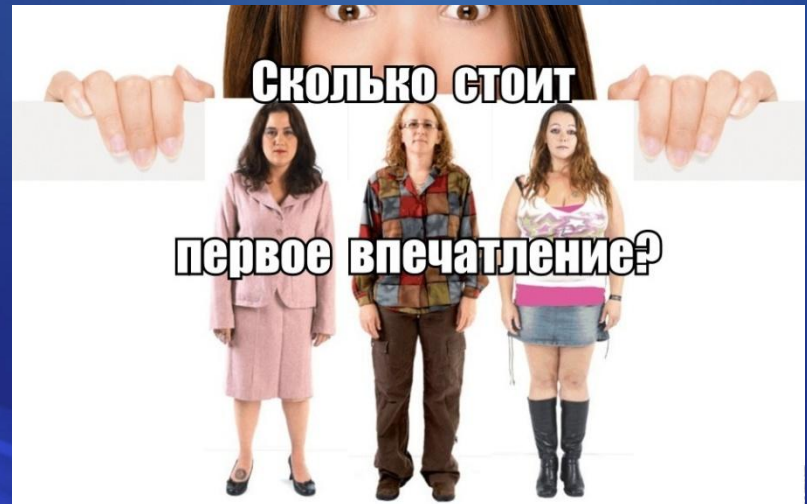
"У вас не будет второго шанса, чтобы произвести первое впечатление."

Коко Шанель



Центральная зона

СКОЛЬКО СТОИТ
первое впечатление?



Нижняя зона

Первое впечатление

Как легко испортить первое впечатление?

Небрежный язык

Употребление жаргонных
слов

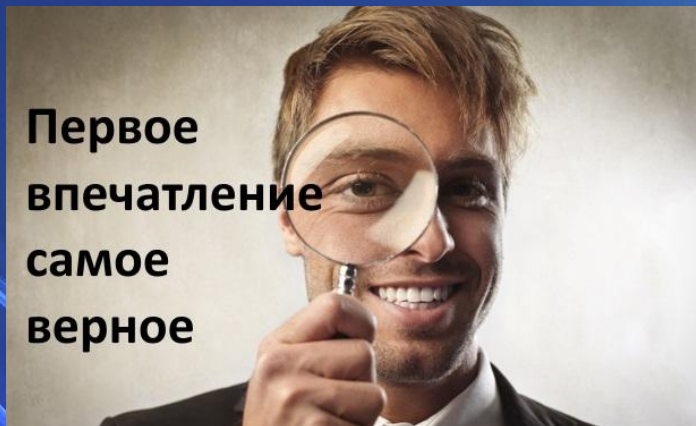
Хихиканье

Неуместные прикосновения

Не прячьте руки

Покашливание

**Первое
впечатление
самое
верное**



Жевательная резинка

Комплименты в деловой коммуникации

*Виляя хвостом, собака добывает себе пропитание, а лая, получает лишь побои.
Восточная мудрость*

Без двусмысленности

Без гипербол

Без дидактики

**Учитывая высокое
мнение**

Без «приправ»

Критика в деловой коммуникации

Если бы мы не имели собственных недостатков, нам не доставляло столько радости подмечать промахи окружающих.

Ларошфуко

Прежде чем высказать кому-нибудь горькую правду, помажь кончик своего языка медом.

Арабская пословица

Позитивная

Объективная

Разрушительная

Конструктивная



Советы критикующему

- прежде чем приступить к критике, постарайтесь выяснить, нельзя ли исправить дело без критики;
- постарайтесь предельно четко определить цели критики: что и как конкретно должно измениться;
- до начала критики важно выяснить позицию критикуемого по сути негативного события;
- помните, что обязательные условия успеха критического анализа деятельности работника – это знание его способа восприятия и выбор соответствующей формы критического воздействия;
- прежде чем высказывать критическое замечание, выслушайте до конца позицию критикуемого;
- не оглушайте действия и высказывания критикуемого для того, что разнести его «в пух и прах»;
- критика должна обладать достаточным эмоциональным накалом, но одновременно она не должна превращать сотрудников в непримиримых врагов;
- не критикуйте в общих словах, без точного указания ошибки;
- нельзя использовать понятия или речевые формы, оскорбляющие достоинство человека;
- критикуйте доброжелательно;
- не повторяйте критические замечания в адрес человека, исправившего ошибку;
- будьте предельно корректны, когда критикуете неприятных вам людей;
- критикуя подчиненных, не подавляйте в них чувство самостоятельности;
- помните, что при произнесении критических высказываний человека можно оскорбить не только словами, поза, жесты, мимика часто не менее выразительны;
- не копите замечания для публичного разноса;
- будьте самокритичны;
- руководствуйтесь принципом уместности критики по отношению к конкретным людям (начинающий работник, новый партнер, депрессивное состояние, т.д.)

Приемы снижения негативного воздействия замечаний

ссылки на чужой
опыт и
высказывания

«сжатие»
нескольких
замечаний

одобрение плюс
уничтожение

перефразирование

«эластичная
оборона»

принятие замечания



сравнение

метод опроса

упреждение

отсрочка



Этапы формирования имиджа

- 1) **формулировка имиджевых целей.** Необходимо четко сформулировать послание, которое содержится в желаемом имидже;
- 2) **анализ имиджевой аудитории.** На этом этапе проводятся количественные и качественные исследования имиджевой аудитории;
- 3) **прорисовка имиджевых характеристик.** Составляется список качеств, которые необходимо транслировать имиджевой аудитории;
- 4) **соотнесение наличных и желаемых характеристик.**
- 5) **выбор средств самопрезентации** личности или организации. Здесь подбираются конкретные техники, направленные на достижение имиджевых целей;
- 6) **вхождение в образ** – собственно воплощение имиджа в реальной жизни.

Этапы вхождения в образ:

жизненный

ролевой

имитационный

Технология формирования позитивного имиджа

Техники формирования имиджа делятся на три группы в зависимости от имиджевой цели:

- **техники возвышения имиджа;** цель – повысить значительность, силу, авторитетность, убедительность образа;
- **техники создания узнаваемого образа (бренда);** цель – привлечь внимание, запомниться, стать узнаваемым;
- **техники формирования позитивного отношения;** цель вызвать положительные чувства: доверие, симпатию, интерес.



Окно Джогарри

Слепое пятно

То, что я НЕ знаю о себе
То, что другие знают обо мне

Неведомое

То, что я НЕ знаю о себе
То, что другие НЕ знают обо мне

Арена

То, что я знаю о себе
То, что другие знают обо мне

Фасад

То, что я знаю о себе
То, что другие НЕ знают обо мне

Основные характеристики имиджа:

яркость

ПОНЯТНОСТЬ

ПОЗИТИВНОСТЬ

ВЛИЯТЕЛЬНОСТЬ

популярность



Процветание не обязательно связано только с деньгами

Воспринимайте высказывания других людей критично

Подобное притягивает подобное

Не бойтесь брать ответственность за свои решения

Неудачи всегда носят временный характер, а их жизненный опыт будет служить достижению успеха

Создавайте позитивные сценарии для своей жизни

Обучайте себя сами



Процесс принятия решения обучает мозг концентрации мышления на тех проблемах, которые непосредственно необходимо решить вам.



Будьте аккуратны, тактичны, заботливы, искренны и надежны.

Будьте самим собой и дайте это право другому.

Чем больше вы отдыхаете, тем больше у вас возникает возможностей зарабатывать деньги.

Пересмотрите свои концепции о потребностях.

Чаще общайтесь

Не придумывайте себе оправдания



Спасибо за внимание

