

ФЕДЕРАЛЬНОЕ КАЗЕННОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ВЕЧЕРНЯЯ (СМЕННАЯ)
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА ГУФСИН РОССИИ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Семинар № 5

Навыки профессиональной и личной эффективности.
«Управление имиджем, или Как создать свой стиль»

Конькова Л.Ю.

заместитель директора по УВР

Презентация составлена по работе Марины Андреевны Ревиной, кандидата социологических наук, доцента кафедры социологии, психологии и педагогики Московского государственного технологического университета «Станкин», Москва, Педагогический университет «Первое сентября», 2011г.

- ⊙ Ваш имидж является картинкой вас.
- ⊙ У вас **не может не быть** имиджа!
- ⊙ Хотите ли вы этого или нет, другие видят то, что вы сами избрали для показа.
- ⊙ Рассматривайте свой имидж как рекламу. Картинка снаружи рекламирует то, что есть внутри. Но это также и обещание. Обещание того, что внешний имидж предоставит умение, компетентность и ценности, которые он рекламирует.

Э. Сэмпсон

IMAGE (В ПЕРЕВОДЕ С АНГЛИЙСКОГО) ОБРАЗ, ВИД

ИМИДЖ – это представление о человеке, складывающееся на основе его внешнего облика, привычек, манеры говорить, менталитета, поступков и т.д.

Из чего он складывается и кто его формирует?

Во - первых – каждый человек сам несет ответственность за свой имидж, за то, каким его видят и воспринимают другие люди.

Во – вторых – окружающие также вносят свой вклад в формирование имиджа своими суждениями, оценками и отзывами о нас.

В – третьих – на формирование имиджа учителя влияют средства массовой информации, создавая определенные стереотипы об образе профессии в общественном сознании.

ВИДЫ ИМИДЖА (по Э.СЭМПСОН)

Самоимидж отражает восприятие человеком себя самого. Он проистекает из прошлого опыта, самоуважения, отношения к себе.

Воспринимаемый имидж – это то, как нас видят другие. Это видение может отличаться от самоимиджа.

Требуемый имидж отражает стандарты, предъявляемые к имиджу внешней средой, ситуацией, окружением, нашей социальной ролью.

ТРУДНО ПЕРЕОЦЕНИТЬ ЗНАЧЕНИЕ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

- Первое впечатление о человеке мы создаем, опираясь на внешние данные и используя стереотипные схемы восприятия.

В основе этих схем лежит эффект ореола

Факторы, ведущие к созданию ореола.

Фактор неравенства.

Фактор внешней привлекательности.

Фактор сходства.

Фактор отношения к нам.

Демонстрируя своё положительное отношение к собеседнику, подчеркивая свое сходство с ним и заботясь о своей внешней привлекательности, мы способствуем созданию положительного ореола в отношении себя.

СФЕРЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ИМИДЖА

Габаритный (габитарный) имидж	Физические данные, одежда, макияж, причёска, аксессуары.
Кинетический имидж	Осанка, походка, привычные позы, движение, жесты.
Мимический имидж	Мимика, выражение лица, улыбка.
Речевой имидж	Словарный запас, грамотность речи, логика, аргументированность. Дикция, тембр голоса, интонация, скорость речи, громкость голоса.
Средовой имидж	Всё, что нас окружает: семья, друзья, интерьер квартиры, кабинета, машина, места работы и отдыха.
Коммуникативный имидж	Умение и желание общаться, знание норм этикета.
Ментальный имидж	Мировоззрение, интеллектуально-эмоциональные особенности.

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ

*Никто не знает, Каковы его силы,
пока их не испробует. И.В.Гёте*

Самопрезентация – искусство создавать нужное впечатление, умение выигрышно подать себя, подчеркнув те свои качества, которые необходимы в данный момент.

Самопрезентация – умение управлять своим имиджем.

Публичное выступление.

Переговоры или встреча один на один.

○ Приложение.

1. Вопросы к семинару.
2. Задания (самоимидж, воспринимаемый имидж, требуемый имидж)
3. Перечень вещей, допустимых для профессии.
4. Рекомендации для создания внешнего имиджа.
5. Тип внешности по теории времен года И. Иттена.
6. Рекомендации для цветотипов.
7. Смените негативные вопросы и утверждения на позитивные

СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ