



СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТІНИ КАРОЛЬ

**Підготували:
Студентки 6 курсу
Групи ПСм1-15-2.0д
Бондарчук Тетяна
Моруга Марія**

- ▣ **Цільова установка при формуванні індивідуального іміджу – зовнішня, прагматична мета, успіх.**



АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ – РЕЦИПІЄНТІВ ІМІДЖУ.

2.1. СОЦІАЛЬНО-ВІКОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ЩО ОБУМОВЛЮЮТЬ СИСТЕМУ ГРУПОВИХ ТА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

- **Цільова аудиторія-** юнацький (15-20р.) і рання дорослість (20-30р.)
- **Цільова аудиторія-** юнацький (15-20р.)
- **Вікові цінності юнацький вік-** очікування ідеального образу- дружелюбна, романтична, чутлива, патріотична, креативна, чутливість, мрійливість, відкритість почуттям, духовна близькість.



- ▣ **Вікові цінності рання дорослість**— цінність сім'ї, чуттєвість, духовна близькість, добробут у сімейних стосунках, щирість (щоб викликати довіру), доброта, патріотичність, чуйність, освіченість, духовність, образ берегині, сильна жінка, бережливість.



2.2 Очікування та образ ідеального суб'єкта, що їм відповідає.

□ Зовнішній вигляд

- Жіночний, яскравий образ, динамічні кольори в одязі, стрункість, яскравий макіяж, стильні вишукані сукні відомих брендів, а у дизайнерські вишиванки, одяг з патріотичним змістом, довгі локони, або стильна стрижка .

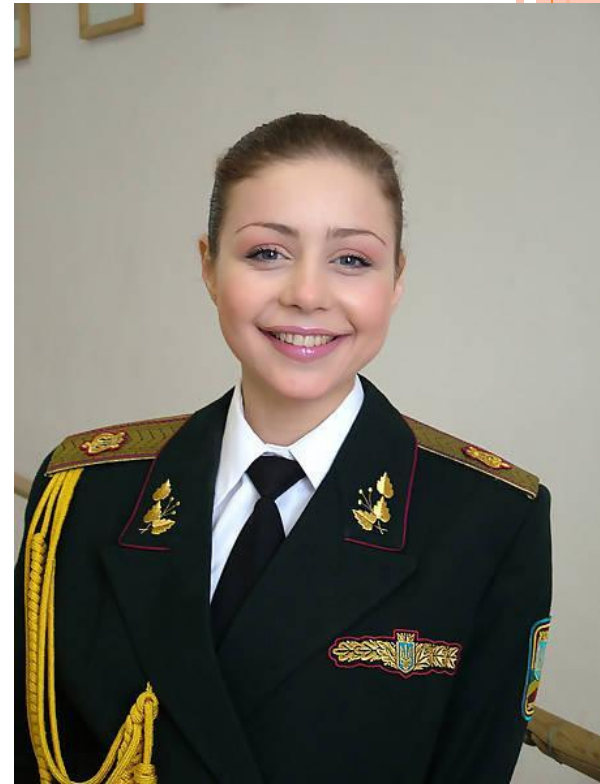
Сильна жінка, цінність сім'ї, яскрава, унікальна, віруюча, органічно поєданий зовнішній вигляд з внутрішнім станом, зовнішність – це відображення внутрішнього світу, стану духу на даний момент, зваблива, ніжна, мила.



3. АНАЛІЗ ПРООБРАЗУ ІМІДЖУ З ПОЗИЦІЇ ЙОГО ГОТОВНОСТІ ДО ЗМІН

3.1. СПІВСТАВЛЕННЯ РЕАЛЬНОГО СТАНУ З ПОБАЖАННЯМИ ТА АНАЛІЗ ЇХ АДЕКВАТНОСТІ І РЕАЛЬНОСТІ.

- Тіна почала рано. На сцені вона трималася відмінно - пластична і кокетлива - здорово виконувала соло і органічно рухалася. Навчання музиці і танцям давалося легко, і в училище імені Глієра, де Тіна навчалася, вона була найяскравішою на курсі - від надходження і до випуску.
- Ключова фішка її іміджу-чудовий , незвичайний голос.



- ❑ Пухкенька прийшла за оголошенням на кастинг артистів в мюзикл «Екватор», заспівала і всім сподобалася. Її запросили в проект. З повненької провінціалки Тіна перетворилася в струнку ефектну блондинку - сіла на дієту і за місяць скинула 10 кг, змінила стиль одягу.





- Тіна представляла Україну на «Євробаченні-2006», вона тримала себе на жорсткій дієті, працювала над собою. Продюсер Тіни вимагав з неї повної віддачі, різноманітними методами впливу.



- 2013р. смерть чоловіка – вплинула на стиль одягу і пісні. Зміна пісень – з веселих у сумні. Зміна зачіски – з більш довгого у коротшу. Сумний, містичний образ в фотосесіях, Кароль зображена на знімках немов поза простору, часу і емоцій.





- 2016.p. Жіночна, патріотична.
- Замість об'ємних локонів, Кароль останнім часом заколює волосся за вухами по обидва боки. Демонстрація оригінального вбрання, яке підкреслює всі її принади.
- Тематика пісень- про кохання і патріотичні, після втрати чоловіка її пісні наповнені змістом трагічного кохання.



3.2. АНАЛІЗ ОСОБИСТІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПОТЕНЦІЙНОГО НОСІЯ ІМІДЖУ (ФІЗИЧНІ ДАНІ, МОТИВАЦІЙНО-ВОЛЬОВА СФЕРА, АРТИСТИЗМ ТОЩО).



- ▣ **Фізичні дані**
- ▣ Фізичний стан у нормі. Чудові зовнішні дані, дівчина не розслабляється – схильність до повноти змушує артистку суворо стежити за режимом дня.
- ▣ Копиця пшеничних волосся, пухкі губи, розкішні жіночі форми – вона народжена бути зіркою.
- ▣ **Мотиваційно-вольова сфера**
- ▣ Сильна воля і прагнення до успіху, не сидить і не чекає успіху, а трудиться, щоб досягти поставленої мети.

3.3. АНАЛІЗ МАТЕРІАЛЬНИХ ТА ЧАСОВИХ РЕСУРСІВ, ЩО МОЖУТЬ БУТИ ВИКОРИСТАНІ В ПРОЦЕСІ ІМІДЖМЕЙКІНГУ.

- Кошти, які витрачена на оплату послуг
- Психолог
- Наставник
- Шоппер
- Візажист, перукар, косметолог, стоматолог.
- Рекламні агенти
- Дієтолог, фітнес-тренер, хореограф

- Ліміт часу –1 рік.
- Часові ресурси-4год . в день



СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ: БЕЗПОСЕРЕДНІ (САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ) ТА ОПОСЕРЕДКОВАНІ (РЕКЛАМНІ КАМПАНІЇ)

РОЗРОБКА КІНЦЕВОГО (ЕТАЛОННОГО) ОБРАЗУ І ПОКРОКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЇЇ СТВОРЕННЯ.



- **Дієтолог, фітнес тренер, хореограф**
- Фітнес тренер і дієтолог – коригують фігуру. Допомагають залишатися у формі.
-
- **Хореограф** – навчає рухам на сцені.
- **Наставник (інша співачка)** – вчить умінню *триматися на сцені*, правильно говорити, етикету, правильно співати.
- **Психолог**- пропрацьовує психологічні травми.
- Вклад психолога в поведінку, стиль спілкування, манеру триматися.

- **Шоппер, стиліст**що підбирає одяг . Розробляють образ відповідно аудиторії, і тематиці пісень.
- **Візажист, перукар, косметолог, стоматолог.**
-
- **Рекламні агенти**, готують фотознімки, рекламні плакати, знімають відеоролики, відео-інтервю, релізи, розробка сайтів, on-line зв'язок з фанатами у мережах, офіційний сайт співачки, реклами, новини, статті в газетах, , зустріч з фанатами на конференції.



4.3. ДІЯЛЬНІСТЬ ПО ПІДГОТОВЦІ НОСІЯ ІМІДЖУ ДО СТВОРЕННЯ НЕОБХІДНОГО ВРАЖЕННЯ НА АУДИТОРІЮ.

- ▣ **Стратегія-вміння** себе тримати, вміння викликати переживання, співпереживання, вміння викликати почуття патріотизму, комунікабельність, артистичність, вміння імпровізувати, чуттєвість, духовна близькість, добробут у сімейних стосунках, вміння викликати довіру.



- ▣ 4.4. Підготовка ситуації контакту, для забезпечення максимального ефекту самопрезентації.
- ▣ 4.5. Розробка сценарію контакту, його тренінг та оцінка ефективності.
- ▣ 5. Методики оцінки ефективності сформованого іміджу та визначення шляхів його корекції



▣ Дякуємо за увагу!

