

**Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К.Д. Ушинського**

Кафедра освітнього менеджменту та публічного управління

ПОСТОЯН Т. Г.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ,
ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖ СУЧАСНОГО
КЕРІВНИКА»**

Одеса 2020

УДК 15.018:331.022+331.054

П63

*Рекомендовано до друку вченою радою Університету Ушинського
(протокол № 7 від 31 серпня 2020 р.)*

Рецензенти:

Корнешук В. В. – доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри соціальної роботи та кадрового менеджменту Одеського національного політехнічного університету;

Яворська Г. Х. – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри мистецтвознавства та загальногуманітарних дисциплін Міжнародного гуманітарного університету.

Постоян Т. Г.

Методичні рекомендації до проведення практичних занять, організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Імідж сучасного керівника»: метод. реком. Одеса : Університет Ушинського, 2020. 22 с.

Методичні рекомендації до проведення практичних занять, організації самостійної роботи з обов'язкової навчальної дисципліни «Імідж сучасного керівника» містять орієнтовний зміст навчальної дисципліни, плани проведення, зміст практичних занять та самостійної роботи студентів; питання для самоперевірки, підсумкового контролю, приблизну тематику індивідуального навчально-дослідного завдання та методичні рекомендації щодо їх виконання.

УДК 15.018:331.022+331.054

© Університет Ушинського, 2020
© Т. Г. Постоян

ЗМІСТ

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «ІМІДЖ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА» У СТРУКТУРІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ.....	4
РОЗДІЛ 1.	
ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА».....	6
РОЗДІЛ 2.	
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	9
РОЗДІЛ 3.	
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	16
РОЗДІЛ 4.	
КОНТРОЛЬНІ ЗАСОБИ ПЕРЕВІРКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИЧНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	19
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	21

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «ІМІДЖ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА» У СТРУКТУРІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ СОЦІОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

Навчальна дисципліна «Імідж сучасного керівника» входить до вибіркового блоку дисциплін.

«Імідж сучасного керівника» є складовою частиною дисциплін психологічного циклу варіативного блоку. Її вивчення передбачає розв'язання низки завдань фундаментальної професійної підготовки фахівців вищої кваліфікації, зокрема: опанування системою знань про закономірності процесу функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного утворення та усвідомлення принципів створення власного іміджу та аналізу пред'явлених іміджів.

Мета – розкрити закономірності створення та функціонування іміджу, як складного соціальнопсихологічного феномену.

Завдання курсу:

- формування уявлення про психічні та психологічні засади іміджу, як активного і дійового суб'єктивного образу;
- розширення світоглядного і професійного горизонту, в результаті ознайомлення з закономірностями та особливостями створення та функціонування іміджів;
- ознайомлення зі структурними компонентами, що формують імідж суб'єкта чи об'єкта та їх взаємозв'язком;
- набуття студентами навичок створення та корегування власного іміджу відповідно до власних психічних властивостей та поставленої мети;
- набуття студентами навичок аналізу, пояснення і використання в практичній діяльності особливостей прояву іміджу інших суб'єктів.

Очікувані програмні результати навчання

ПРН 1 Критично осмислювати проблеми у галузі та на межі галузей знань, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для створення, підтримання позитивного іміджу.

ПРН 2. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині

колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті, використовуючи позитивний імідж як інструмент комунікації.

ПРН 3. Забезпечувати особистий професійний розвиток та здатність створювати власний імідж.

Очікувані результати навчання дисципліни

У результаті студенти повинні *знати*:

психологічні закономірності створення та сприйняття психічних образів, роль соціального середовища у створенні і поширенні уявлень про певний об'єкт, взаємодію суб'єкта з власним іміджем;

уміти та володіти навичками:

- Аналізувати інформацію, порівнюючи погляди авторів щодо висвітлення певних чинників, що впливають на імідж.
- Знаходити наукову інформацію, працюючи з різними джерелами інформації .
- Робити коректні посилання на джерела інформації (монографії, періодичні видання, ЗМІ, Internet.)
- Брати участь в навчально-науковій дискусії з актуальних питань іміджелогії.
- Розробляти і презентувати концепцію створення позитивного іміджу сучасного керівника.
- Використовувати інструментарій побудови іміджу.

РОЗДІЛ 1.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА»

Змістовий модуль I. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІМІДЖУ

Тема 1. Сутність, структура іміджу

Поняття іміджу. Імідж у повсякденній свідомості. Імідж як образ, що існує в свідомості суб'єкта і впливає на сприймання ним дійсності. Структурні елементи іміджу. Імідж в психології сприймання. Імідж в контексті «Я-концепції». Імідж в соціальній психології.

Тема 2. Психологія іміджу та іміджелогія: науковий та прикладний аспект дослідження іміджу

Психологія іміджу як наукова дисципліна. Символічна природа іміджу. Сімеотика як наука про символи. Іміджелогія як прикладна наукова дисципліна. Професія іміджмейкер. Діяльність іміджмейкера зі створення іміджу клієнта. Розробка ефективних технологій іміджування. Іміджування у публічному управлінні та вдмініструванні, освітній сфері, сфері політики, шоу-бізнесу та виробничо-торгівельній діяльності.

Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу

Імідж в системі індивідуальної поведінки та соціального впливу. Створення іміджу як засобу подолання когнітивного дисонансу. Категоризація і сприймання іміджу..

Тема 4. Види іміджу

Особливості індивідуального іміджу. Індивідуальний імідж орієнтований на самовідчуття. Індивідуальний імідж, розрахований на

сприймання оточуючими. Предметний імідж. Груповий імідж. Стереотипи. Корпоративний імідж.

Змістовий модуль II. СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА

Тема 5. Особистісний та професійний імідж керівника

Цільова установка створення індивідуального іміджу. Індивідуалізація, як прояв особистісного та професійного зростання. Цінні риси особистості та професіонала. Статеві, вікові та освітньо-професійні чинники у створенні індивідуального іміджу.

Тема 6. Створення іміджу керівника

Фізичні дані, як підґрунтя формування індивідуального іміджу. Врахування особистісних рис. Інтелектуальна та професійна складова формування іміджу.

Імідж середовища. Статусний та індивідуальний характер речей.

Габітарний імідж: костюм, макіяж, зачіска, прикраси.

Кінетичний імідж, як манера триматися і рухатися.

Вербальний імідж.

Тема 7. Створення корпоративного іміджу

Адекватність, оригінальність та спрямованість іміджу. Мета створення корпоративного іміджу. Визначення цільової аудиторії іміджу. Розробка концепції іміджу. Формування, впровадження та закріплення іміджу.

Засоби формування іміджу: фірмовий стиль, візуальні засоби, вербальні засоби, рекламні заходи, PR-засоби, представництво в мережі INTERNET .

Тема 8. Підтримання та покращення іміджу керівника

Репутація, як основний засіб збереження іміджу. Здатність поєднувати якісні та зовнішні характеристики предмету, корпорації (організації) та керівника.

Втрата довіри споживачів до керівника, корпорації (організації)

Підтримання іміджу керівника. Професійна компетентність, збереження особистого здоров'я, як засіб досягнення відповідності соціально затребуваному іміджу керівника.

РОЗДІЛ 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ
ЗАНЯТЬ

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна	Заочна
1	<i>Круглий стіл: «Імідж як об'єкт психології».</i>	4	1
2	<i>Дискусія «Соціально-психологічна природа іміджу</i>	4	1
3	<i>Вирішення практичних завдань «Види іміджу, їх соціально-психологічна характеристика».</i>	4	1
4	<i>Дискусія «Особистісний та професійний імідж керівника»</i>	6	1
5	<i>Вирішення практичних завдань «Психологічні засади створення іміджу керівника: врахування особистісних властивостей та чинників впливу»</i>	4	2
6	<i>Вирішення практичних завдань. «Психологічні засади технології створення корпоративного іміджу»</i>	6	2
7	<i>Вирішення практичних завдань. « Психологічні засади технології створення корпоративного іміджу».</i>	6	2
8	<i>Кейс-стаді: Підтримання та покращення іміджу керівника</i>	6	2
Разом		40	12

ПЛАНИ ТА ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІМІДЖУ

Тема 1. Імідж як об'єкт психології

Питання до обговорення.

1. Поняття іміджу: сутність, зміст, форми прояву.
2. Поняття психології іміджу: мета, об'єкт та методи дослідження.
3. Зв'язок психології іміджу з іншими галузями та напрямками психології

4. Іміджологія як прикладна наукова дисципліна: мета, об'єкт, методи дослідження.
5. Професія іміджмейкер: суть діяльності, вимоги до фахівця.

Практичні завдання.

1. Знайдіть в словниках, підручниках, спеціальних публікаціях визначення поняття «імідж», «іміджологія», «іміджмейкер», «психологія іміджу». Користуйтеся Internet-джерелами, коректно посилаючись на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)

2. Порівняйте визначення та виділіть суттєві (подібні) ознаки та відмінності

Література.

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
2. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
3. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
4. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учеб. пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
5. Почепцов Г.Г. Имиджология. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
6. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
7. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям - М., 2002
8. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. - М., 1997. - 168с

Тема 2. Соціально-психологічна природа іміджу

Питання до обговорення.

1. Символічна природа іміджу: особливості впливу символів на свідомість і підсвідомість.
2. Категоризація як засіб сприйняття іміджу.

3. Індивідуальний імідж орієнтований на самосприйняття, як засіб подолання психологічного дискомфорту.
4. Індивідуальний імідж орієнтований на зовнішнє сприйняття, як засіб забезпечення успішності суб'єкта.

Тема 3. Види іміджу, їх соціально-психологічна характеристика

Питання до обговорення.

1. Особливості іміджу керівника закладу освіти, педагога, фахівця публічної сфери управління, політика, підприємця, бізнесмена.
2. Груповий імідж: сутність, особливості створення та функціонування.
3. Речовий імідж: сутність, особливості створення позитивного речового іміджу.
4. Корпоративний імідж: сутність, особливості створення та підтримання

Практичні завдання

1. Проаналізуйте приклади ефективного та неефективного індивідуальних та групових іміджів. Користуйтеся Internet-джерелами, коректно посилаючись на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті).

Література.

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
2. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
3. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с.
4. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
5. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.

6. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002
7. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1997. - 168с
8. Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития – М.: Вершина, 2006. – 416 с.
9. Бухаркова О.В. Горшкова Е.Г. Имидж лидера: технология создания и продвижения. Тренинговая программа. – СПб.: Речь, 2007. – 222 с.

Змістовий модуль II. СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА

Тема 4. Психологічні засади створення іміджу керівника: врахування особистісних властивостей та чинників впливу

Питання до обговорення.

1. Іміджування, як вид діяльності іміджмейкера.
2. План створення іміджу: визначення мети та цільових установок клієнта, аналіз адекватності вимог та реальності втілення.
3. Врахування анатомічних та психофізіологічних характеристик об'єкта при створенні відповідного іміджу.
4. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки.
5. Одяг, як знаково-інформативна система. Значення і призначення стилю одягу.
6. Психологічний зміст кольорів одягу та правила їх поєднання.
7. Аксесуари: їх види та призначення.
8. Зачіска, як знакова система.
9. Парфуми як один із засобів створення іміджу.

Тема 5 . Психологічні засади підтримання та покращення позитивного іміджу керівника

Питання до обговорення.

1. Вживання в образ: діяльнісні особистісні характеристики носія іміджу:

- 1.1. Манера триматися як індикатор адекватності іміджу.
- 1.2. Постава, пантоміміка та міміка, як діяльнісні компоненти іміджу.
- 1.3. Особливості мови і мовлення: культура мовлення та груповий і професійний сленг.
- 1.4. Ефективність професійної діяльності, як засіб формування та підтримання іміджу.
2. Опосередковані методи створення іміджу суб'єкта.
3. Збереження іміджу: чинники, що сприяють збереженню позитивного іміджу. Чинники, що сприяють руйнуванню позитивного іміджу.

Практичні завдання.

1. Знайдіть приклади ефективного та неефективного індивідуального іміджі політиків та зірок шоу-бізнесу. Користуйтеся Internet-джерелами, коректно посилаючись на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)

Література.

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие. - Новосибирск, 1999. - 146с.
2. Нефедова И. Я и мой имидж / И.Нефедова, Е.Власова. - М., 1997. - 207с.
3. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
4. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
5. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
6. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
7. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям - М., 2002
8. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1997. - 168с
9. Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития – М.: Вершина, 2006. – 416 с.

10. Бухаркова О.В. Горшкова Е.Г. Имидж лидера: технология создания и продвижения. Тренинговая программа. – СПб.: Речь, 2007. – 222 с.

Тема 6. Психологічні засади технології створення корпоративного іміджу

Питання до обговорення.

1. Поняття корпоративного іміджу.
2. План створення корпоративного іміджу: визначення мети та цільових установок фірми (організації), аналіз адекватності вимог та реальності втілення .
3. Врахування репутації та інших характеристик об'єкту при створенні відповідного іміджу.
4. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.
5. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки:
 - 5.1. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу.
 - 5.2. Зовнішні чинники, що впливають на імідж: престижність місця розташування, дизайн та функціональність приміщення.
 - 5.3. Зовнішні аксесуари (символіка організації): види та призначення.
 - 5.4. Корпоративний стиль, як знакова система.
 - 5.5. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.
6. Підтримка та збереження іміджу:
 - 6.1. Ставлення до організації та її працівників: корпоративна етика, корпоративна поведінка.
 - 6.2. Запобігання чинників, що призводять до руйнації іміджу.
 - 6.3. Заходи з відновлення іміджу, якому завдана шкода.

Практині завдання

1. Знайдіть приклади ефективного та неефективного корпоративного іміджу фірм та освітніх організацій. Користуйтеся Internet-джерелами, коректно посилаючись на джерело інформації (сайт, назва, авторство статті)

Література

1. Панасюк А.Ю. Имидж: энцикл. слов. - М.: РИПОЛ классик, 2007. - 767с. - (Библиотека энциклопедических словарей).
2. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
3. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - 2-е изд., испр. и доп. - М., 2001. - 698с.
4. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с.
5. Гарет М. Имиджи организации: восемь моделей организационного развития – М.: Вершина, 2006. – 416 с.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ІНДИВІДУАЛЬНЕ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ

Тематика

1. Імідж політичного діяча (за власним вибором).
 2. Імідж «зірки» шоу-бізнесу (за власним вибором) .
 3. Імідж корпорації (за власним вибором).
 4. Імідж професії (за власним вибором).
 5. Власний імідж, як імідж особистості фахівця соціономічної сфери
- Студент може запропонувати власну тему.*

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ІНДЗ

- Дослідити особливості іміджу особистості
- Визначити рівень ефективності іміджу відповідно до мети його створення.
- Розробити рекомендації щодо створення позитивного іміджу особистості.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ЩОДО ОФОРМЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНДЗ

1. Обсяг до 12-15 стор. формату А-4 у текстовому редакторі Microsoft Word for Windows 2010.

Формат А4. Всі поля – 20 мм. Шрифт – Times New Roman. Розмір шрифту – 14 pt. Інтервал – полуторний. Вирівнювання тексту – по ширині.

Автоматичну нумерацію, перенесення, рисунки, формули, таблиці рекомендується не використовувати. Необхідно розрізняти символи «дефіс» і «тире». 1. Обсяг до 15 стор. формату А-4 у текстовому редакторі Microsoft Word for Windows 2010.

Формат А4. Всі поля – 20 мм. Шрифт – Times New Roman. Розмір шрифту – 14 pt. Інтервал – полуторний. Вирівнювання тексту – по ширині.

Автоматичну нумерацію, перенесення, рисунки, формули, таблиці рекомендується не використовувати. Необхідно розрізняти символи «дефіс» і «тире».

2. Кожен розділ розпочинається з нової сторінки. Новий підрозділ продовжується на тій сторінці на якій завершився попередній.
3. Назва підрозділу чи розділу в тексті має відповідати його ж назві в змісті. Бажано дотримуватися її специфіки шрифтового оформлення (розмір шрифту, курсив, підкреслення тощо).
4. Коли здійснюється написання нового розділу з нової сторінки, то спочатку подається загальна назва розділу, а під ним назва першого підрозділу. У подальшому відповідно змісту пишеться назва підрозділів й наповнюється відповідним текстом.
5. Між назвою розділу (підрозділу) та основного тексту повинен бути відступ в один рядок, натомість, як між назвою розділу та підрозділу відступ непотрібний.
6. Нумерація сторінок творчої роботи є наскрізною. Розпочинають з титульної сторінки, яку рахують, але номер сторінки на ній не ставлять, це ж стосується й “Змісту”. Зі “Вступу” вже ставлять номер сторінки (переважно це 3–4 номер сторінки в залежності від кількості сторінок на які розтягнувся “Зміст”). Якщо в тексті творчої роботи є вклинення таблиць картосхем, зарисовок, які займають цілу сторінку, то вони також рахуються й їм присвоюється той номер сторінки, де вони розташовуються за текстом реферату. Нумерація сторінок здійснюється внизу справа або зверху справа.
7. У „Змісті” ІНДЗ в кінці кожного підрозділу проставляється номер сторінки на якому він розпочинається.
8. Кожен розділ завершується коротким висновком.
9. Загальний висновок повинен бути лаконічним і наскрізно відображати зміст роботи, відповідаючи назві теми самостійної роботи чи індивідуального завдання.

10. Посилання на джерела та використану літературу подавати по ходу висвітлення питання з вказівкою їх номера та сторінки, наприклад [1, с. 10–11]

11. Оформлення джерел та літератури, здійснювати відповідно до затверджених вимог: спочатку подаються вітчизняні джерела, потім зарубіжні, в кінці інтернет-джерела (ДСТУ 2015).

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Імідж як поліметричне явище.
2. Теоретична розробка питань змісту та технології створення особистого, колективного іміджу.
3. Взаємозв'язок іміджу з PR.
4. Імідж України в сучасній та історичній проєкціях.
5. Інструментарій іміджетворення.

КОНТРОЛЬНІ ЗАСОБИ ПЕРЕВІРКИ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИЧНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Що означають терміни:

- імідж,
- привабливий імідж,
- механізми міжособистісного сприйняття,
- професійні якості,
- ефективність професійної діяльності,
- позитивний іміджу,
- мотивація іміджевої самопрезентації,
- самопрезентація іміджу,
- реципієнти іміджу,
- корпоративний імідж,
- репутація,
- зовнішній імідж,
- збереження позитивного іміджу.

ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Роль і значення привабливого іміджу для кар'єри фахівця.
2. Характеристика механізмів міжособистісного сприйняття.
3. Техніка визначення невербальної знакової системи у діловому спілкуванні.
4. Створення позитивного іміджу фахівця.
5. Роль зовнішнього іміджу у діловому спілкуванні.
6. Врахування фізіологічних даних індивіда під час створення його позитивного іміджу.
7. Візуальна привабливість і професійні якості.
8. Самопрезентаці, види і стилі.

9. Узгодженість форм спілкування і поведінки з атрибутами зовнішнього вигляду.
10. Мотивація іміджевої самопрезентації у діловому спілкуванні.
11. Особливості самопрезентації іміджу в залежності від вікових та соціокультурних відмінностей.
12. Процес керування створеним іміджем.
13. Авторитет фахівця та його імідж.
14. Проблеми впливу іміджу керівника на імідж фірми (організації).
15. Поняття корпоративного іміджу.
16. План створення корпоративного іміджу.
17. Врахування репутації та інших характеристик фахівця при створенні відповідного іміджу.
18. Визначення цільової аудиторії – реципієнтів іміджу.
19. Створення зовнішнього іміджу відповідно до цільової установки.
20. Продукція (послуги) як основна характеристика іміджу фахівця.
21. Зовнішні чинники, що впливають на імідж: престижність місце розташування, дизайн та функціональність приміщення.
22. Зовнішні аксесуари (символіка фірми): їх види та призначення.
23. Корпоративний стиль, як знакова система.
24. Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу.
25. Ставлення до фірми її працівників: корпоративна етика та корпоративна поведінка.
26. Запобігання чинникам, що здатні зруйнувати імідж та їх класифікація .
27. Заходи з відновлення іміджу, якому завдана шкода .
28. Ефективність професійної діяльності, як засіб формування і збереження іміджу керівника.
29. Опосередковані методи створення іміджу керівника.
30. Чинники, що сприяють збереженню позитивного іміджу.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Берд Полли. Продай себя: тактика усовершенствования вашего имиджа. Минск.: Амалфея., 1997. 207 с.
2. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. 322 с.
3. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники/3-е изд. стер. М : Изд-во «Омега Л», 2009. 226 с.
4. Перельгина Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособ. – М.: Аспект Пресс, 2002. 223 с.
5. Фролова Т. Мовні засоби конструювання іміджу державного службовця. К.: УАДУ, 2000. №2. Ч 3. 233 с.

Допоміжна

1. Бухаркова О. В., Горшкова Е. Г. Имидж лидера: технология создания и продвижения. Тренинговая программа. СПб. : Речь, 2007. 222 с.
2. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спеціальність 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Одеса, 2004. –16 с.
3. Коровкін В. Образ ідеального керівника в історії науки управління. *Управління школою*. 2006. - № 32-33. – С. 2-7
4. Калюжний А. Технология построения имиджа учителя. *Педагогическая техника*, 2005. № 3. С. 103 – 109.
5. Хомуленко Т. Б. Теоретичні та практичні аспекти іміджу. Х : ВД «ІНЖЕК», 2005. 272 с.

Інформаційні ресурси

1. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт.
2. URL : <http://www.mon.gov.ua>
3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : офіційний сайт URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>

4. Одеська національна наукова бібліотека : офіційний сайт.
URL : <http://odnb.odessa.ua/>.
5. Бібліотека Університету Ушинського : офіційний сайт.
URL : <https://library.pdpu.edu.ua/>
6. URL : <http://www.psychology.su>
7. URL : <http://psyjournals.ru>
8. URL : <http://psyedu.ru>
9. URL : <http://socialpsychology.ru>

Навчальне видання

Постоян Тетяна Григорівна

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ,
ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА»**

Методичний посібник