



ИМИДЖ делового человека

гр. 1-ТТП-1
Барина Алина
Сехина Кристина
Варава Виктория

- манера одеваться;

- тактика общения;

- деловой этикет и протокол;

- этика делового общения.



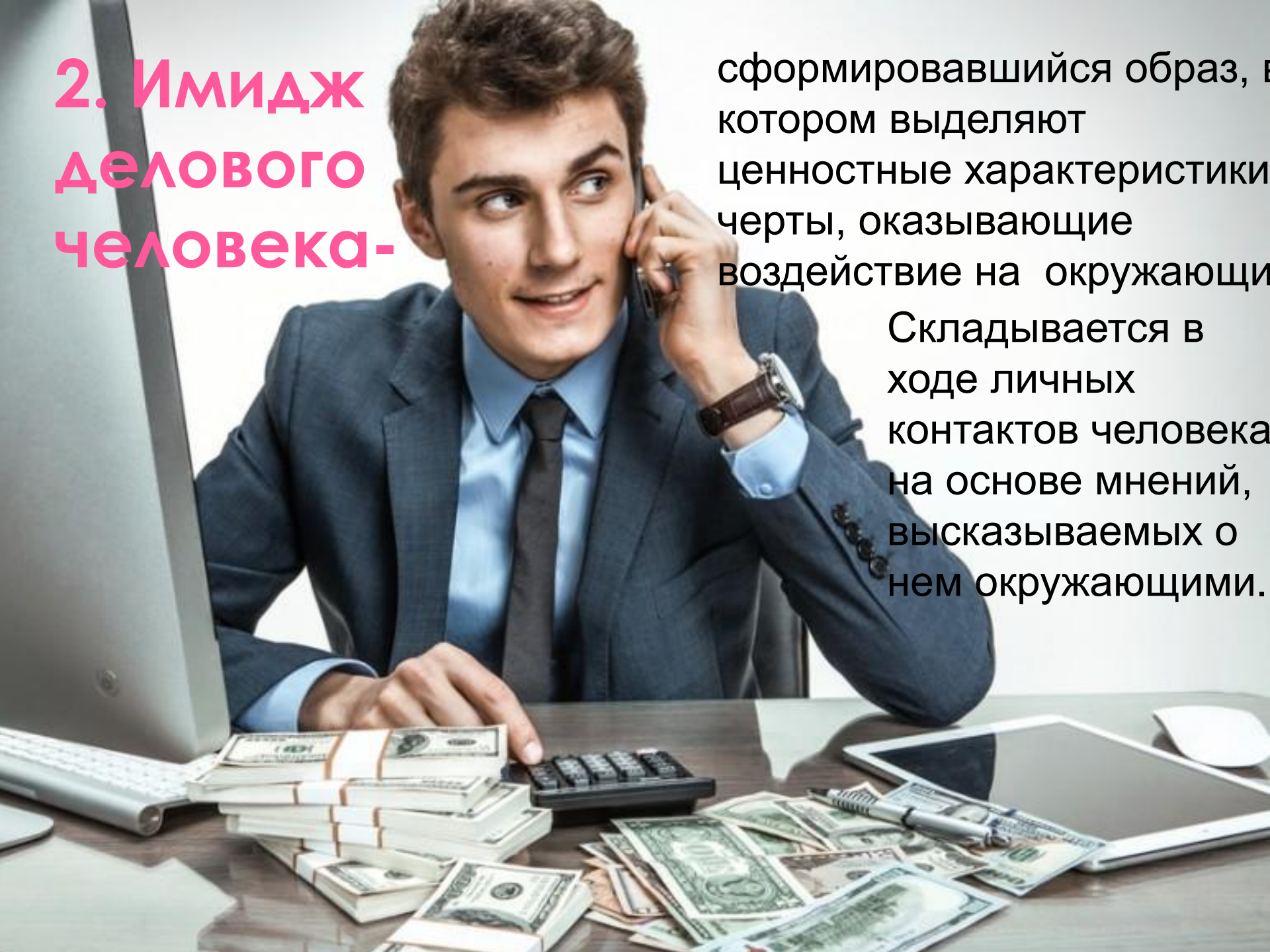
1. Развитие и сущность понятия «ИМИДЖА»

- Образ - это визуальная привлекательность личности, самопрезентация.
- По В.И. Далю, «образ – это вид, внешность, фигура, портрет... и он связан со временем».
- Возникло на Западе в 50-х гг. в рекламной практике.
- В 60-х гг. - основное средство психологического воздействия на потребителя.
- Именно такие качества личности, как внешность, голос, умение вести диалог, могут сыграть решающую роль и в вашей карьере, и во всей жизни.

2. Имидж делового человека-

сформировавшийся образ, в котором выделяют ценностные характеристики черты, оказывающие воздействие на окружающие

Складывается в ходе личных контактов человека на основе мнений, высказываемых о нем окружающими.



Основные компоненты имиджа делового человека:

1. Внешний облик (манера одеваться);
2. Тактика общения (умелая ориентация в конкретной ситуации, владение механизмами психологического воздействия и т.д.);
3. Деловой этикет и протокол.
4. Этика делового общения.



2.1. Внешний облик



При подбор костюма человек должен руководствоваться следующими общими правилами:

- единство стиля;
- соответствие стиля конкретной ситуации;
- разумная минимизация цветовой гаммы («правило трех цветов»);
- сопоставимость цветов в цветовой гамме;
- совместимость фактуры материала;
- сопоставимость характера рисунка в различных компонентах одежды;
- соответствие качественного уровня аксессуаров (обуви, папки для бумаг, портфеля и т. п.) качеству основного костюма.