

Персональный имидж молодого специалиста как вид коммуникативной практики

Т. Ю. Быстрова, УрГУ, кафедра
ИМК и брендинга

26 февраля 2011 г.

Екатеринбург

Персональный имидж молодого специалиста как вид коммуникативной практики

Потребности:

- презентация себя как специалиста на рынке услуг в условиях конкуренции;
- адаптация к коллективу;
- внутренние коммуникации компании;
- личные цели (от карьеры до девушек)

Идея:

Имидж как рационально формируемый образ и инструмент социальных контактов.

Персональный имидж молодого специалиста как вид коммуникативной практики

Цель: разработка учебного практически-ориентированного курса, способного дать палитру необходимых средств, методик, сценариев, действий и предусматривающего перевод учебного материала в практику повседневности.

Персональный имидж молодого специалиста как вид коммуникативной практики

Учет специфики аудитории при формировании курса:

- Интернет-коммуникации;
- Пошаговость действий;
- Сотворчество;
- Визуализация;
- Практическая проверяемость каждого шага;
- Работа в парах, ответственность за другого;
- Вариабельность, возможность предложения и оформления собственных шагов;
- Возможность самостоятельного графического оформления и подбора иллюстраций в работе (10 баллов из 40)
- Опережающее освоение информации **до** лекционного занятия, доклады по основным темам.

Персональный имидж молодого специалиста
как вид коммуникативной практики
Учет специфики имеющейся литературы и практических
разработок:

- Отсутствие единого категориального аппарата;
- Методологический «разнобой»;
- Замалчивание методик имиджмейкинга;
- Отсутствие адекватной парадигмальной установки в работе практиков (чаще субъект-объектная парадигма);
- Сведение имиджа к внешней форме. Отсутствие учета психологической составляющей работы на всех этапах;
- Отсутствие понимания имиджа как инструмента;
- Отсутствие понимания имиджа как процесса.

Персональный имидж молодого специалиста как вид коммуникативной практики

Формы работы:

- Усвоение основных методологических установок курса;
- Поиск материала по отдельным темам и его изложение на лекции;
- Самоанализ и анализ другого участника;
- Тесты;
- Экспертиза решений коллег;
- Презентации (3), размещенные в Интернет и заполняемые студентом.