# Урок 26-27

## Тема: Поняття іміджу та його види.

**Мета:**визначити поняття «імідж», опанувати його види

Англійське слово «імідж» означає не що інше як «образ». ***Імідж*** – ***це штучне створення неперевершеного образу.*** Зайве переконувати, наскільки важливим для секретаря-референта є створення і підтримка власного позитивного «образу», тобто іміджу. Зрозуміло, що формується він поступово, завдяки наполегливій і постійній праці над собою, своїми професійними, діловими, особистими якостями, знаннями, манерами, одягом, зовнішністю і т. д. Здобувається імідж, як правило, з часом, з досвідом роботи. А втратити його можна миттєво, майже із-за "дрібнички", своєчасно не відповівши на важливий дзвінок, або лист, не відправивши факс, на якого чекають... Отже, секретарю потрібні відповідні знання, і не тільки як створити власний імідж, а й як його зберегти, примножити.

Імідж, що постійно не підкріплюється реальними значними справами, тане з часом, як сніг на весняному сонці. Для професіонала дуже важливий ефективний взаємовигідний контакт із навколишнім світом, тому визначною частиною його іміджу є:

* висока самооцінка, впевненість у собі;
* віра в доброзичливість Всесвіту і віра в добру людину;
* соціальна й особиста відповідальність («я – причина всього позитивного і негативного в моєму житті»);
* бажання змінюватися й уміння ризикувати при здоровому почутті самозбереження.

Отже, для того щоб добитися успіху, треба весь час в кращу сторону змінювати особистий імідж, імідж своєї фірми.



***Види іміджу.*** Термін імідж стає більш змістовим і однозначним, коли його зміст і принципи побудови визначаються залежно від суб'єкта дослідження.

Імідж, як зазначають вчені, може бути: *особистий, корпоративний і товарний. Особистий імідж. Особистий імідж* – *це ваш образ.* Ви не можете не мати іміджу.

Хочете ви цього чи ні, оточуючі бачать те, що ви вибрали, щоб показати їм... Те, як ви йдете, сидите чи стоїте, є результатом навчання, темпераменту та умов, але те, як ви одягаєтесь, є результатом вашого особистого вибору.

Особистий імідж визначається складним набором внутрішніх і зовнішніх факторів, що складають *самоімідж, бажаний і необхідний імідж.*

Можна доповнити ще кілька можливих варіантів особистого іміджу, а саме: дзеркальний, реальний, ідеальний, множинний і створений. Так, *дзеркальний імідж* – це наше уявлення про себе; *реальний імідж* – погляд на себе збоку; *ідеальний імідж* – ідеалістична точка зору на розглядуваний об'єкт; *множинний імідж* – сукупність ряду ознак, що характеризують і символізують єдине утворення; *створений імідж* – образ об'єкта, що утворився після проведення іміджмейкерської компанії.



*Корпоративний імідж.* В якості носіїв корпоративного іміджу виступають організаційно-діяльнісні засоби. Імідж потрібен корпорації для того, щоб люди усвідомлювали і оцінювали її роль у економічному і соціально-політичному житті конкретного регіону. Корпорація має прославлятися не лише своєю продукцією чи послугами, а й своїм "его", що формується у свідомості оточуючих як суспільний об'єкт.

*Товарний імідж.* В якості носіїв товарного іміджу виступають матеріальні та виробничо-діяльністні засоби: матеріали, товари, групи виробів тощо.

Кожен із названих видів іміджу повинен бути керованим. Специфіка управління іміджем полягає в сукупному і синхронному функціонуванні таких його складових:

* можливостей самого об'єкта іміджування;
* вимог до вирішення завдань іміджування;
* вимог до каналу, по якому буде "проходити" іміджування;
* вимог аудиторії щодо іміджованого об'єкта.

Крім названих видів іміджу використовуються ще й такі:

*Імідж політика* – образ-замінник політичного діяча.

*Імідж бізнесмена* – семіотичний замінник особистості підприємця.

*Імідж суспільства* – символ громадянської спільноти.

*Імідж виробничої фірми* – те, що заміняє суть поняття "виробниче підприємство". *Імідж торгової марки* – символ – знак, що символізує поняття торгової марки, бренд. *Імідж викладача* – те, що може бути символом поняття вчителя вищої школи.

*Імідж творчої особистості* – те, що відповідає образу творчої людини.

*Імідж нації* – знакове заміщення поняття народу тієї чи іншої країни

**Питання для самоконтролю:**

* **Що таке імідж?**
* **З яких частин складається імідж?**
* **Види іміджу?**
* **Що таке імідж політика?**
* **Що таке імідж виробничої фірми?**
* **Законспектувати матеріал уроку. Виконані завдання надіслати на** **е-пошту-lukianenko74@ukr.net**