

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. «Имидж» как научное понятие. Семантика «имидж».
2. Имидж в структуре мира. Значимость имиджа в современном мире.
3. Приоритетные функции имиджа. Две группы понятия функций имиджа.
4. Имидж как личное достояние.
5. Универсальное значение имиджелогии.
6. Имидж как внешнее проявление сущности человека. Имидж как маска.
7. Содержательные компоненты менталитета.
8. Типы имиджа.
9. Имидж и карьера. Важнейшие показатели профессионального имиджа.
10. Гармоника. Гармония.
11. Условия и технологии формирования имиджа.
12. Понятие «самопрезентация».
13. Факториальные теории самопрезентации.
14. Принципы имиджирования.
15. Роль внешности в общении с людьми. Парадокс восприятия.
16. Психологические эффекты.
17. Имидж профессионала как эмоциональный стереотип восприятия образа.
18. Внутренний образ. Внешний образ.
19. Исходные психолого-педагогические принципы построения положительного имиджа.
20. Профессия как набор способностей, чувств и помыслов.
21. Значение имиджа для делового человека. Одежда делового человека как показатель имиджа.
22. Общие правила внешнего облика делового человека.
23. Особенности внешнего вида мужчины и женщины.
24. Особенности применения разных стилей одежды.
25. Цвет как центральный компонент в визуальном восприятии образа человека.
26. Цвет и имидж: символическое значение цвета. Ассоциативное восприятие цвета.
27. Влияние цвета на физиологические реакции организма и эмоциональное состояние человека.
28. Культура речи в деловом общении. Речевые нормы.
29. Невербальные средства общения.
30. Правила официального представления.
31. Требования, предъявляемые к участникам делового общения.
32. Подарки в деловых отношениях.
33. Деловой этикет руководителя.
34. Организация и проведение совещаний.
35. Психологические основы делового общения.
36. Деловой этикет телефонных переговоров.
37. Структура имиджа организации.
38. Понятие корпоративный имидж.
39. Организационная культура как система связей.
40. Корпоративный дизайн.
41. Имидж товара, продукта, услуги.