

И.Ф.Симонова.

«ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА»

Санкт-Петербург

2015

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Цель: формирование новых имиджеобразующих компетенций, необходимых для повышения эффективности межличностного и профессионального общения, достижения индивидуально значимых целей.

Задачи:

- формирование знаний в области теории имиджа, современных научных подходов к изучению персонального имиджа;
- формирование устойчивой мотивации к формированию адекватного персонального имиджа;
- активизацией интеллектуальных и творческих способностей для целенаправленной деятельности по созданию, коррекции имиджа, основанного на принципах прагматичности и эстетической привлекательности;
- формирование навыков, связанных с созданием имиджа, самостоятельного анализа аудитории, оценки реального имиджа, потребности в изменениях, выбора оптимальных средств и способов формирования персонального имиджа.
- формирование готовности к целенаправленной деятельности по реализации лично ориентированных проектов, на примере форсайт-проекта по созданию, коррекции персонального имиджа.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы слушатель должен:

Знать:

- основные положения современных концепций имиджа;
- основные понятия теории имиджа и границы их интерпретации;
- результаты современных прикладных направлений исследований, связанных с формированием персонального имиджа.

Понимать:

- социально-психологические механизмы влияния имиджа на представления, оценки, поведение группы (аудитории имиджа);
- функции персонального имиджа и возможности его использования в межличностном общении;

- социальную и личностную ответственность за результаты деятельности по созданию персонального имиджа.

Иметь представления об:

- социально-психологических закономерностях формирования имиджа;
- практических проблемах, связанных с процессом формирования персонального имиджа;
- этических аспектах деятельности по созданию персонального имиджа.

Владеть навыками:

- постановки целей, задач, выбора эффективных стратегий, оптимальных средств формирования имиджа в соответствии с индивидуальным планом развития;
- самостоятельной работы со специализированными научными, информационными источниками, ресурсами (Интернет и др.);
- выбора оптимальных средств формирования персонального имиджа;
- разработки индивидуального проекта формирования персонального имиджа;
- презентации проекта формирования персонального имиджа с использованием современных мультимедиа технологий;
- адекватной, конструктивной самопрезентации в реальных условиях и в виртуальном пространстве.

Уметь:

- создавать и реализовывать индивидуальные личноно–ориентированные проекты саморазвития, самосовершенствования.

Программа направлена на совершенствование следующих общекультурных компетенций (ОК):

- ОК-1 (владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения);
- ОК-6 (способность логически верно выстраивать устную и письменную речь);
- ОК-9 (использовать основные и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы);
- ОК-13 (быть способным работать с информацией в глобальных компьютерных сетях).

**II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

**дополнительной профессиональной программы
(бакалавриат)**

«Технология формирования персонального имиджа»

Категория слушателей – бакалавр.

Количество часов:

- Лекции – 72
- Практические, семинары – 24
- Самостоятельная работа – 96

Форма обучения – очно-заочная

Таблица 1

№ п/п	Наименование тем	Всего часов	Лекции	Практические Семинары	Самостоятельная работа	Форма контроля
Раздел 1. Научные подходы к проблеме формирования персонального имиджа.						
1.	Тема 1.1. Генезис представлений об имидже.		2			
2.	Тема 1.2. Современные концепции имиджа в гуманитарных науках.		2		4	
3.	Тема 1.3. Социально-психологическая и символическая природа имиджа.		2		4	Письменный анализ кейса.
4.	Тема 1.4. Сущность понятия имидж.		2			
5.	Тема 1.5. Классификация имиджей.		2			
6.	Тема 1.6. Характеристики, структура и функции персонального имиджа.		2		4	

7.	Тема 1.7. Факторы формирования персонального имиджа.		2		4	Письменный анализ кейса. Опрос.
8.	Тема 1.8. Этапы формирования персонального имиджа.		2			
9.	Тема 1.9. Персональный имидж: информационный подход.		4		4	Письменный анализ кейса.
10.	Тема 1.10. Аудитория имиджа.		2		4	Письменный анализ кейса.
11.	Тема 1.11. Имидж в системе индивидуального поведения.		2			Опрос.
12.	Тема 1.12. Имидж и индивидуальный стиль жизнедеятельности.		2		4	Креативное эссе.
13.	Тема 1.13. Мода и имидж.		4	2	4	Опрос.
14.	Тема 1.14. Имидж в системе отношения человека к действительности.		2		4	Эссе.
Раздел 2. Средства формирования персонального имиджа						
15.	Тема 2.1. Основные средства создания имиджа.		4		4	
17.	Тема 2.2. Вербальные и паравербальные средства формирования имиджа.		4	8	4	
18.	Тема 2.3. Невербальные (ольфакторные) средства формирования имиджа.		2		4	
20.	Тема 2.4. Невербальные средства формирования имиджа (телесно-двигательной выразительности).		4		4	
21.	Тема 2.5. Средства создания имиджа в системе «гардероб».		4			
22.	Тема 2.6. Средства создания имиджа в системе «ансамбль».		4			
23.	Тема 2.7. Средовой и контекстный имидж.		2		4	

24.	Тема 2.8. Результаты деятельности человека и имидж.		2			
Раздел 3. Технология формирования персонального имиджа						
25.	Тема 3.1 Современные технологии создания персонального имиджа.		2		4	
26.	Тема 3.2. Индивидуальный проект имиджа.		4			
27.	Тема 3.3. Этап 1. Имидж-анализ.		2	2	6	
28.	Тема 3.4. Этап 2. Имидж-креатив.		2		6	
29.	Тема 3.5. Этап 3. Имидж-контекст.		2		6	
31.	Тема 3.6. Этап 4. Имидж-дизайн.		2		6	
32.	Тема 3.6. Этап 5. Самопрезентация.		2		6	
33.	Тема 3.8. Учебная презентация проекта формирования персонального имиджа.			12	6	Презентация Групповая дискуссия
	Итого:		72	24	96	

Форма аттестации: Презентация + зачет.

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

«Технология формирования персонального имиджа»

Введение

Актуальность программы

Персональный (индивидуальный) имидж – это интегральная характеристика личности, которая обеспечивает внимание, субъективную привлекательность, позитивные оценки, эффективное межличностное общение, усиление личностной позиции. Позитивный персональный имидж может влиять на реализацию жизненных целей, достижение успеха.

Современная ситуация связана с значительным увеличением числа субъектов, заинтересованных в приобретении знаний и навыков, позволяющих формировать позитивный имидж. С другой стороны, современные исследования позволяют фиксировать дефицит соответствующих научно обоснованных методик и технологий, основанных на

интеграции психологического, социально-педагогического, информационного подходов и на объединении ресурсов учебной и внеучебной деятельности.

Существующий социальный, образовательный запрос определили актуальность программы «Технология формирования персонального имиджа».

Раздел 1. Научные подходы к проблеме формирования персонального имиджа.

Тема 1.1. Генезис представлений об имидже. Формирование имиджа как социокультурная практика. Этимология слова имидж.

Тема 1.2. Современные концепции имиджа в гуманитарных науках. Социально-психологический философско-культурологический, педагогический подходы к изучению персонального имиджа.

Тема 1.3. Социально-психологическая и символическая природа имиджа. Знаковость имиджа: рациональная и эмоциональная составляющая. Роль имиджей в современном мире.

Тема 1.4. Сущность понятия имидж. Проблема определения. Понятие *имидж* и другие понятия: образ, художественный образ, внешний вид, репутация, мнение, авторитет, впечатление и др. Проблема неадекватного использования понятия имидж. Понятия привлекательный имидж, позитивный имидж.

Тема 1.5. Классификация имиджей. Многообразие подходов: коммуникативный, функциональный ролевой, личностный, целевой. Классификация имиджей по объекту. Понятие персональный имидж.

Тема 1.6. Характеристики, структура и функции персонального имиджа. Внешний и внутренний уровни имиджа. Динамическая модель имиджа.

Тема 1.7. Факторы формирования персонального имиджа. Внешние и внутренние факторы.

Тема 1.8. Этапы формирования персонального имиджа. Понятия естественный имидж и целенаправленно создаваемый имидж. Персональный (индивидуальный) имидж как результат самоопределения личности.

Тема 1.9. Персональный имидж: информационный подход. Персональный имидж как информационная структура. Имиджеформирующая информация. Виды имиджеформирующей информации: прямая, косвенная, ложная.

Тема 1.10. Аудитория имиджа. Основные характеристики аудитории: социально-демографические, социально-профессиональные, социокультурные, психологические. Интересы, ценности, идеалы, стереотипы аудитории. Факторы привлечения внимания: личность, стиль, актуальность содержание имиджевого сообщения. Социально-психологические механизмы влияния имиджа на представления, оценки, поведение группы (аудитории имиджа).

Тема 1.11. Имидж в системе индивидуального поведения. Мотивация к формированию индивидуального имиджа. Два типа мотивации: психологический (ориентированный на самоощущение) и прагматический (ориентированный на восприятие).

Тема 1.12. Имидж и индивидуальный стиль жизнедеятельности. Понятия: стиль, стиль личности. Индивидуальный жизненный стиль: концепция и философия жизни. Индивидуальный стиль жизни. Понятия: «жизненные планы», «жизненные цели» «жизненная позиция», «жизненное кредо». Индивидуальный стиль деятельности.

Тема 1.13. Мода и имидж. Модное поведение. Структура моды: ценности моды, модные стандарты и объекты. Функции моды. Психологические закономерности выбора модных предметов, вещей. Модные вещи и идеи в структуре персонального имиджа.

Тема 1.14. Имидж в системе отношения человека к действительности. Этический (аксиологический) аспект. Понятия: имидж, подлинность, симулякр. Имидж, как результат этической рефлексии, ответственного выбора целей и средств. Имидж как выражение нравственного состояния личности, ориентации на ценности. Позитивный имидж как образец: мотивирующая и стимулирующая роль. Возможности и границы использования имиджа в межличностном общении.

Раздел 2. Средства формирования персонального имиджа

Тема 2.1. Основные средства создания имиджа. Вербальные и невербальные средства. Фатические средства создания имиджа. Взгляд и улыбка, как средства создания имиджа. Феномен «русской улыбки».

Тема 2.2. Вербальные и паравербальные средства создания имиджа. Характеристики голоса. Качества речи. Сленг, иноязычная лексика, как явление современной жизни. Основные жанры и стили речи, формирующие имидж. Светская беседа, паузы и молчание, как средства формирования имиджа.

Тема 2.3 Невербальные (ольфакторные) средства создания имиджа. Ольфакторная культура. Бытовое и социальное ольфакторное поведение. Европейский ольфакторный стандарт. Ценностные приоритеты ольфакторной культуры XXI века. Ольфакторная самопрезентация: мотивы, содержание, функции.

Тема 2.4. Невербальные средства формирования имиджа (телесно-двигательной выразительности). Телесная культура. Исторические модели телесности. Современные концепции телесной культуры. Динамические характеристики (позы, движения, жесты, мимика, выражение лица) и имидж. Европейские стандарты «открытости» и «закрытости» тела.

Тема 2.5. Средства создания имиджа в системе «гардероб». Факторы, влияющие на формирование системы «гардероб»: основная деятельность, стиль жизни, индивидуальные,

личностные особенности. Одежда: знаковые функции, символика, стиль. Одежда и аксессуары: выбор и использование. Правила составления рационального, адекватного мужского и женского гардероба. Понятие дресс-код.

Тема 2.6. Средства создания имиджа в системе «ансамбль». Понятие ансамбль. Костюм. Композиция костюма: элементы, средства, свойства, роль в формировании имиджа. Композиционный центр. Символика цвета и имидж.

Тема 2.7. Средовой имидж. Место жительства, дом, квартира, способы и виды досуга, увлечения, членство в клубах, друзья.

Тема 2.8. Результаты деятельности человека и имидж. Результаты деятельности человека в контексте пользы и блага. Материальный (предметы и вещи) и нематериальные (интеллектуальные, инновационные, творческие и др.) результаты деятельности человека, как средство формирования персонального имиджа.

Раздел 3. Технология формирования персонального имиджа

Тема 3.1. Современные технологии создания персонального имиджа. Социально-психологические технологии. Педагогические технологии.

Тема 3.2. Индивидуальный проект имиджа. Индивидуальный проект имиджа: основные принципы и этапы создания и реализации.

Тема 3.3. Этап 1. Имидж-анализ. Определение потребности в новом имидже. Анализ и оценка текущего состояния: анализ потребностей, мотивов, ценностей, внутренних и внешних ресурсов, объективных и субъективных барьеров. Оценка имиджевого потенциала. Проблема оценки имиджа: этический эстетический, социально-психологический, прагматический аспект. Основные критерии оценки имиджа. Оценка реального имиджа. Анализ аудитории имиджа.

Тема 3.4. Этап 2. Имидж-креатив. Постановка проблемы. Постановка целей и задач формирования имиджа. Самостоятельность и ответственность.

Фундамент имиджа: ценности, миссия, предназначение. Современные теории предназначения. Определение направления самосовершенствования. Формулировка основной идеи - замысла. Структура замысла: прагматические, художественные и эстетические элементы. Выбор имиджевого стиля. Критерии успешности замысла.

Тема 3.5. Этап 3. Имидж-контекст. Понятие жизненная история. Семья. Место жительства. Места, виды, формы досуга. Увлечения. Членство в неформальных и формальных организациях. Спорт.

Тема 3.6. Этап 4. Имидж-дизайн. Выбор базового стиля одежды, аксессуаров. Построение индивидуального цветового портрета. Планирование рационального гардероба, подбор аксессуаров. Акцентирование сильных сторон образа. Выбор стиля. Построение

индивидуального цветового портрета. Планирование рационального гардероба, подбор аксессуаров.

Тема 3.6. Этап 5. Самопрезентация: стратегии, цели, формы, виды. Реальная самопрезентация. Виртуальная самопрезентация.

IV. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Программа «Технология формирования персонального имиджа» разрабатывалась с учетом апробированных социально-психологических методик, представленных в научной литературе.

Содержание программы подчинено общим целям, связанным с всесторонним и гармоничным развитием личности, со стремлением к реализации Я-стратегий (самопознание, саморазвитие, самовыражение, самопрезентация и др.) самопрезентации, самовыражению, самопознанию и т.п.).

Программа построена с учетом потенциала междисциплинарной интеграции, объединения ресурсов учебной и внеучебной деятельности, с ориентацией на традиционные и современные ценности.

Программа включает три содержательных компонента.

Первый компонент – раздел «Научные подходы к проблеме формирования персонального имиджа» связан с получением теоретических знаний и информации об имидже.

Второй компонент - раздел «*Средства формирования имиджа*» обеспечивает необходимый уровень представлений о наиболее эффективных вербальных и невербальных средствах, правилах их использования, согласования с личными предпочтениями, тенденциями моды и актуальными условиями.

Третий компонент – раздел «*Технология формирования персонального имиджа*» связан с разработкой индивидуального проекта формирования персонального имиджа и его учебной презентацией.

В процессе реализации программы используются традиционные и активные методы, которые способны обеспечить наиболее прочные результаты при наименьшей затрате времени и усилий слушателей.

В процессе реализации программы используются *методы*:

- планомерного приобретения информации, знаний, понятий,
- постановки и решения проблем;
- решения творческих и логических задач;
- проектирования;

- контроля и самоконтроля (знаний, умений, навыков).

Основными *формами* обучения в рамках программы являются:

- лекции (информационные, диалогические, проблемные, визуализации);
- беседы, дискуссии;
- практические, семинарские занятия;
- самостоятельная работа.

Программа предусматривает активную самостоятельную работу слушателей, направленную на формулировку задач, разработку идей, замыслов, а также создание и реализацию модели имиджа учреждения культурно-досуговой сферы.

Центральным элементом программы является разработка и презентация индивидуального проекта создания (или коррекции) имиджа.

V. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация

- Тестирование.
- Письменный анализ кейсов.
- Презентация индивидуального проекта формирования имиджа.

Итоговая аттестация

- Зачет

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Вопросы к итоговой аттестации.

1. Генезис представлений об имидже.
2. Современные концепции имиджа в гуманитарных науках (общий обзор за период 1995-2015).
3. Социально-психологические концепции имиджа.
4. Социально-психологическая природа имиджа.
5. Философско-культурологические концепции имиджа.
6. Символическая природа имиджа.
7. Знаковость имиджа: рациональная и эмоциональная составляющая.
8. Причины повышения роли имиджей в современных условиях.
9. Роль позитивного имиджа, как образца.
10. Сущность понятия имидж.
11. Основные различия между понятием *имидж* и понятием образ.
12. Основные различия между понятием *имидж* и понятием художественный образ.
13. Основные различия между понятием *имидж* и понятием внешний вид.
14. Основные различия между понятием *имидж* и понятием репутация.

15. Основные различия между понятием *имидж* и понятием мнение.
16. Понятия привлекательный имидж и позитивный имидж: основные отличия.
17. Классификация имиджей по объекту.
18. Понятие персональный имидж.
19. Социально-психологические и педагогические функции персонального имиджа.
20. Имидж как многоуровневая структура: основные уровни и компоненты структуры.
Характеристики, структура
21. Внешние и внутренние факторы формирования персонального имиджа.
22. Этапы формирования персонального имиджа в онтогенезе.
23. Понятия естественный имидж и целенаправленно создаваемый имидж.
24. Аудитория имиджа: основные характеристики. социально-демографические, социально-профессиональные, социокультурные, психологические.
25. Основные мотивы формирования персонального имиджа: психологические и прагматические.
26. Имидж в системе отношения человека к действительности: этический аспект.
27. Основные средства создания имиджа: вербальные, невербальные.
28. Вербальные и паравербальные средства создания имиджа.
29. Имиджеформирующие жанры речи.
30. Светская беседа как средство формирования имиджа.
31. Паузы и молчание, как средства формирования имиджа.
32. Ольфакторные средства создания имиджа.
33. Средства создания имиджа в системе «гардероб».
34. Основные характеристики системы «гардероб».
35. Одежда: знаковые функции, символика.
36. Аксессуары: знаковые функции, символика.
37. Средства создания имиджа в системе «ансамбль».
38. Основные характеристики системы «ансамбль».
39. Основные характеристики системы «костюм».
40. Средовой и контекстный имидж: разница понятий.
41. Личная жизненная история как средство формирования имиджа.
42. Предметы и вещи как средства создания имиджа.
43. Социальное пространство как фактор формирования имиджа.
44. Социальное окружение как фактор формирования имиджа.
45. Самопрезентация: стратегии, цели, формы, виды.
46. Самопрезентация виртуальная.

47. Дресс-код: основные виды.
48. Содержание и значение этапа «имидж-анализ» в процессе работы над имиджем.
49. Содержание и значение этапа «имидж-креатив» в процессе работы над имиджем.
50. Социально-психологические и педагогические технологии создания имиджа: разница подходов.

VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

7.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Организовано на сайте для студентов и слушателей, где размещены:

1. Конспекты установочных, информационных лекций.
2. Методические пособие «Технология формирования персонального имиджа»
3. Методические пособия по разработке индивидуального проекта.
4. План-конспект индивидуального проекта.
5. Главы монографий, посвященных проблематике имиджа.
6. Научные статьи, посвященные проблематике имиджа.
7. Интерактивные опросы.

7.2. Список основной литературы

Раздел 1. Научные подходы к проблеме формирования персонального имиджа.

Список основной литературы *Тема 1.1 Тема 1.2.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте.
3. Петрова Е.А. Имидж и его изучение в современной науке //Известия Академии Имиджелогии том 1/под ред. Е.А. Петровой – М.: РИЦ АИМ, 2005.– С. 13 - 25.
4. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа/Симонова И.Ф.-Санкт-Петербург: Ультра-Принт, 2012-304 с. *Глава 1. С.4-67.*
5. Калюжная Е. Г. Имидж: предыстория и культурологическое обоснование феномена / Е. Г. Калюжная // Известия Уральского государственного университета. – 2006. – № 47. – С. 45-52

Список основной литературы *Тема 1.3. Тема 1.4.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия : учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – Москва: Академ. проект, 2007. – 400 с. *Психические, социальные, деятельностные детерминанты формирования имиджа - С.252.*

4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни/Пер. с англ. М., 2000. – 304 с.
5. Перельгина Е.Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е.Б. Перельгина. – Москва : Аспект–Пресс, 2002. – 223 с.. *Символическая природа имиджа* - С.28-51
6. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа/Симонова И.Ф.-Санкт-Петербург: Ультра-Принт, 2012-304 *Об использовании слова имидж в русском языке* - С.16-27.
7. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России /О.А. Феофанов. – Санкт–Петербург : Питер, 2000. – 384 с. С.41.

Список основной литературы Тема 1.5.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк – М., 2007. -768 с. *Вариант классификации* - С.158-188
4. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М., 2000. – 256 с. *О классификации* - Глава1.

Список основной литературы Тема 1.6.

1. Конспект лекции.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа/Симонова И.Ф.-Санкт-Петербург: Ультра-Принт, 2012-304 с. *О структуре имиджа* – С.51-57. *О функциях имиджа* – С.58-60.
4. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк –М., 2007. -768 с. *О структурных компонентах: С.58-104 (габитарный имидж); С.327-332 (овеществленный имидж); С.234-317 (кинетиический имидж); 372-395 (средовой имидж).*

Список основной литературы Тема 1.7.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа/Симонова И.Ф.-Санкт-Петербург: Ультра-Принт, 2012-304 с. *О факторах* - С.87-165.

Список основной литературы Тема 1.8.

1. Антонова Н.В. Индивидуальный имидж как результат самоопределения личности / Н.В. Антонова, А.А. Дятлова // Психология: журн. Высш. шк. экономики. – 2011. – № 2.— С. 59–68.
2. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк –М., 2007. -768 с. *Формирование имиджа* - С.400-452

3. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа/Симонова И.Ф.-Санкт-Петербург: Ультра-Принт, 2012-304 с. *См. Этапы формирования имиджа в онтогенезе С.67-87.*

Список основной литературы Тема 1.9.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк –М., 2007-768 с. *Об имиджеформирующей информации см. С. 225-233.*
4. Галумов Э.А. Основы PR. М.: «Летопись XXI», 2004 -408 с. (Глава 2).

Список основной литературы Тема 1.10.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Ильин В.И. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. - 224 с. *Эталонные (референтные группы) С.76-83.*
4. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. М., 2007-768 с. *Об аудитории см. С. 128.*
5. Бодалев А. А. Формирование понятия о другом человеке как личности. 1970 -135 с.

Список основной литературы Тема 1.11.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учеб. пособие / Е.Б. Перельгина. – Москва: Аспект–Пресс, 2002. – 223 с. *О мотивации – С. 101-147.*

Список основной литературы Тема 1.12.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Фрейджер Р., Фейдимен Дж. Теории личности и личностный рост. — М.: ОЛМА ПРЕСС, 2004. - 657 с. *С. 118-137. Стиль жизни - С. 125.*
4. Палий А.А. Дифференциальная психология: учеб. пособие. /А.А.Палий учеб. пособи. //М.: Академвидав, 2010. - 432 с. *С. 70-88*
5. Пушкарева М.А. Понятие «неявной деятельности»: философско-концептуальный анализ. Уфа: Изд-е Башкирск. ун-та, 2001. - 99 с

Список основной литературы Тема 1.13.

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А.Б. Гофман. – Москва ; 4-е издание, исправленное и дополненное. М., 2010 - 228 с.

4. Ильин В.И. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. - 224 с. *О моде - С.83-96*
5. Килошенко М.И. Психология моды: учеб. пособие / М.И. Килошенко. – СПб. : СПГУТД, 2000. – 172 с.

Список основной литературы *Тема 1.14.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Григорьева Н.И. Имиджи и симулякры в социально–коммуникативной среде современной цивилизации: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Н.И. Григорьева. – Нижний Новгород, 2010. – 198 с.
4. Давидович В.Е. Теория идеала. – Ростов н/Д., 1983. – 184 с.
5. Лившиц Р.Л. Духовность и бездуховность личности. Екатеринбург, 1997 - 152 с.
6. Квятковский Д.О. Гуманистический идеал: ценностный аспект (социально-философский анализ) М., 2014. - 132 с.

Раздел 2. Средства формирования персонального имиджа

Список основной литературы *Тема 2.1.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.

Список основной литературы *Тема 2.2.*

3. Конспекты лекций.
4. Материалы на сайте для студентов.
5. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. М., 2007-768 с. *Вербальный имидж см. С. 33-55*

Список основной литературы *Тема 2.3*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Герасимова О.А. Социально-психологические характеристики ольфакторной самопрезентации личности : Дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 : Ростов н/Д, 2003 - 340 с. *Понятие ольфакторной самопрезентации личности С. 42; Цели, мотивы, функции ольфакторной самопрезентации С.88-94.*

Список основной литературы *Тема 2.4.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Быховская И. М. Телесность как социокультурный феномен // Культурология. XX век: словарь / гл. ред. С.Я. Левит. СПб. : Университетская книга, 1997. С. 464-467.

4. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. — СПб.: Питер, 2009. — 576 с.: *Невербальные средства общения С.46-60.*
5. Огурцов А.П. Тело // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / под ред. В.С. Стёпина и др. М. : Мысль, 2001. Т. 4. 605 с.

Список основной литературы *Тема 2.5. Тема 2.6.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Конспекты лекций.
4. Материалы на сайте для студентов
5. Плаксина Э.Б. История костюма. Стили и направления / Э.Б. Плаксина, Л.А. Михайловская, В.П. Попов. – М.,2004. – 224с.:
6. Упине А.М. Дизайн костюма. Социальный статус. Имидж.- 2009.-152с.
7. Гусейнов Г.М. и др. Композиция костюма Учеб. пособие для вузов. М.: 2003. 432 с.
8. Степучев Р.А. Кимберлит костюмографического языка. Учебное пособие для вузов. — М., 2007. - 416 с
9. Ильин В.И. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. - 224 с. *Одежда - С.162-172*

Список основной литературы *Тема 2.7.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Андреева Г.М. Социальная идентичность: временные и средовые компоненты //Психология личности в трудах отечественных психологов. -СПб.: Питер, 2000. С. 344-357.
4. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк – М., 2007. -768 с. *Средовой имидж С.372-397*

Список основной литературы *Тема 2.8.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.
3. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/авт. Сост. А.Ю.Панасюк – М., 2007. -768 с. *Овеществленный имидж С.327-329*

Раздел 3. Технология формирования персонального имиджа

Список основной литературы *Тема 3.1.- 3.5.*

1. Конспекты лекций.
2. Материалы на сайте для студентов.

Список основной литературы *Тема 3.6.*

1. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы. М., 1991. С. 37-74
2. Михайлова, Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг / Е.В. Михайлова. СПб. : Речь, 2007. - С. 224 .
3. Федорова Н.А. Личностные и ситуационные факторы выбора вербальных техник самопрезентации : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Н.А. Федорова. – Москва, 2007. –189 с

Список рекомендуемой (дополнительной) литературы

Раздел 1. Научные подходы к проблеме формирования персонального имиджа.

1. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии: Пер. с нем. Вступ. ст. А.М. Боковикова. - М.: 1995 - 96 с
2. Бенхабиб С. Притязания культуры: Равенство и разнообразие в глобальную эру / С. Бенхабиб; пер с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – Москва: Логос, 2003. – 350 с.
3. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалев. – Москва: Изд-во Моск. ун-та , 1982. – 200 с.
4. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр // Философия эпохи постмодерна. — Минск: 1996. — 360 с.
5. Ганзен В.А. Восприятие целостных объектов. Л.: Издательство Ленинградского университета, 1974. -152 с
6. Гармоничность как ценность// Философия ценностей. Тезисы Российской конференции. Курган: Кург. Ун- т., 1998. - С. 68-70.
7. Дебор, Ги. Общество спектакля /Пер.с фр. Офертаса С. и Яскубович М. -М.: Логос, 2000.- 184 с.
8. Козлова О. Н. Стиль жизни // Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. — М.: Мысль, 2003. — С. 595
9. Кузнецова Е. В. Экспрессивное Я как компонент Я-концепции личности. // Психологический вестник РГУ. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост, ун-та, 2001. Вып. 4. С. 252-260.
10. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс; пер. с англ. В. Гаврилова и др.- СПб.: 1998 - 682 с.
11. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. — СПб., 1999. - 605с
12. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефлбук; К.: Ваклер, 2002. - 352 с.
8. Феофанов О. А. США: реклама и общество. М., 1974. – 263 с.

9. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России /О.А. Феофанов. – Санкт–Петербург : Питер, 2000. – 384 с. С.41.
13. Фрэнкин Р. Мотивация поведения: биологические, когнитивные и социальные аспекты / Р. Фрэнкин. – Санкт–Петербург : Питер, 2003. – 651 с
14. Шевченко А.К. Культура. История. Личность: Введение в философию поступка / АН УССР, Ин-т философии. Киев: Наук, думка, 1991. -187 с.
15. Шестаков В. П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». — М.: Искусство, 1988. Глава 2.
16. Шепель В.М. Имиджелогия : Секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – Москва : Культура и спорт : Юнити, 1994. – 320 с.

Раздел 2. Средства формирования персонального имиджа.

Вербальные элементы.

1. Аванесов Р.И. Русское литературное произношение: учебное пособие. М., 2015. - 384с.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1986 - 445 с.
3. Введенская Л.А, Павлова Л. Г. Риторика и культура речи: учебное пособие. М., 2012 - 538 с.
4. Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М., 2010 - 600 с.
5. Есперсен О. Философия грамматики/ Пер. с англ. В. В. Пассека и С. П. Сафроновой; Под ред. и с предисл. Б. А. Ильиша. — М.: Изд-во иностранной литературы, 1958.- 400 с.
6. Рабинович Е.Г. Поэтика жаргона: О некоторых приемах стереотипизации речи // Этнические стереотипы мужского и женского поведения. - СПб, 2004. - 239 с.
7. Радзиховский Л.А., Мазурова А. И. Сленг как инструмент отстранения // Язык и когнитивная деятельность. - М., 2005 -144 с.

Телесно-двигательные элементы.

8. Баричко Я. Б. Телесность в массмедиа образах: дисс. канд. культурологии. СПб, 2013 – 148 с
9. Божович Л.И. Психологический анализ условий формирования и строения гармонической личности // Психология формирования и развития личности. М., 1981 С.257-284
10. Дивеев Д.А. Лицо как средство выражения внутреннего мира человека. Сборник тезисов научно-практической конференции «Ананьевские чтения – 2006». - СПб., 2006. С. 274-277

11. Жаров Л. В. Человеческая телесность: философский анализ. Ростов-на-Дону, 1988 - 128 с.
12. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. М: Новое литературное обозрение, 2002. -592 с..
13. Шкуратов В.А. Историческая психология: уч. пос. М., 1997. 505 с. Глава 2. Культурная история тела. С.356-373.

Ольфакторные элементы.

14. Вайнштейн О.Б. Ароматы и запахи в культуре. Изд. 2-е, испр. в 2х томах / Сост. О.Б. Вайнштейн. - М., 2010.
15. Захарьин Д. Ольфакторная коммуникация в контексте русской истории // Россия / Russia: Культурные практики в идеологической перспективе. Россия, XVIII нач. XX вв. М.: ОГИ, 1999. Вып. 3(11).
16. Корбен А. Ароматы частной жизни (Из книги "Миазмы и Нарцисс: Обоняние и общественное сознание в XVIII-XIX века") // Новое литературное обозрение. 2000. №43. С. 60-86.
17. Монтень М. О запахах // Монтень М. Опыты: В 2 т. Т.1.Кн. 1,2. М., 1996.

Цвет.

18. Гете И.В. К учению о цвете (хроматика). В сб. Психология цвета. М., 1996, с. 281-349 Иттен И. Искусство цвета/Пер. с немецкого. – М., 2001 -138 с. С.15-96
19. Кандинский В.В. О духовном в искусстве. В сб. Психология цвета. М., 1996 С.181-220.

Стиль. Одежда. Мода.

20. Бодо Ф. Шик и шарм / Ф.Бодо; пер. с фр. Е.Д. Богатыренко. – М.: Слово/Slovo, 2006. – 400 с.
21. Васильев А. А. Этюды о моде и стиле М. 2008 -560 с.
22. Лекции А.А. Васильева о моде. Эл. версия. Доступ: [youtube.com](https://www.youtube.com)
23. Голуб И. Б., Розенталь Д. Э. Секреты стилистики. М., 2004 -200 с.

Социальное пространство. Среда. Предметы. Вещи. События.

24. Арестова О.Н., Пахомов И.А. О соотношении физических и смысловых параметров коммуникативного пространства //Вопросы психологии. 2002. - № 2. - С. 112-123.
25. Артемьева Е.Ю. Семантическая оценка привлекательности интерьеров //Дизайн знаковых систем. Труды ВНИИТЭ. Серия Эргономика. Вып. 27. 1984.-С. 95-104.
26. Барабанщиков, В. А. Восприятие и событие / В. А. Барабанщиков, СПб.: Алетейя, 2002. – 512с.

27. Ванагас Ю. Идентификация населения с жилой средой //Город: вопросы социального развития. Вильнюс, 1987. - С. 61-70.
28. Гиллер Ю.И. Социология самостоятельной личности/Ю.И.Гиллер. – М.: - Академический Проект; Гаудеамус, 2006. – 224 с. *О самостоятельности человека по отношению к материальной среде обитания* – С.64-72.
29. Черноушек М. Психология жизненной среды /Пер. с чеш. И. И. Попа. - М.: Мысль, 1989. -176 с.