



***Казакова Светлана***

***Владимировна***

***Старший викладач  
кафедри психології управління***



**Імідж** (особистості чи організації) — враження, яке організація та її співробітники справляють на людей і, яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно-забарвлених стереотипних уявлень (думок, суджень тощо).

Ситуація, яка виникла у світі через низку факторів (пандемія COVID-19), суттєво змінює реальність не тільки для багатьох підприємницьких суб'єктів України, але і для людей. Постає питання: від чого буде залежати виживання сучасних підприємств? І ще більш важливе питання: наскільки виживання підприємств є важливим для суспільства, регіону, країни. В умовах різких неочікуваних змін одним з суттєвих інструментів покращення становища на ринку стає позитивний соціальний імідж підприємства, який дає змогу підвищити лояльність споживачів та партнерів, підсилити ринкові позиції бізнесу, збільшити ринкову вартість компанії.



**Імідж організації** — це образ організації, який існує у свідомості людей. Можна навіть сказати, що в будь-якій організації існує імідж поза залежністю від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі.



**Імідж освітньої організації** можна розглядати як емоційно-забарвлений образ освітньої організації, який створюється цілеспрямовано і

визначає її престиж та репутацію у цільовій аудиторії (учні, батьки учнів, вчителі), внаслідок чого цільова аудиторія надає перевагу даному закладу освіти.

Існують методи і методики формування позитивного іміджу. Ознайомтеся із запропонованими й виберіть ті, що Вам підходять

### ***Вправа «Знайомство із собою».***

***Мета вправи:*** розвиток уміння саморозкриття на основі саморефлексії.

***Завдання*** – поділити аркуш на дві частини вертикальною лінією, ліву частину відмічає знаком «+», праву – знаком «-», під знаком «+» перераховується те, що особливо подобається (в маркетингу, в людях, в собі тощо), а під знаком «-» – те, що особливо неприємне, наприклад, «не люблю агресивних людей» тощо.

### ***Вправа «Автопілот»***

***Мета:*** усвідомлення своїх прагнень, підвищення впевненості в своїх силах.

***Опис вправи.*** Учасники розмірковують про те, якими їм хотілося б стати: як себе вести, як ставитися до себе і оточуючих і т.д. Відповідно до цього кожен складає програму для свого «автопілоту» за певною схемою, наприклад: «Я впевнений в собі; я доброзичливий ».

***Обговорення.*** Коли програма готова, кожен учасник читає її вголос так, щоб у присутніх виникло переконання, що ця людина саме така (можна це зробити перед дзеркалом).

### ***Вправа «Знайомство із собою»***

***Мета:*** розвиток уміння саморозкриття на основі саморефлексії.

***Опис вправи:*** кожний учасник поділяє аркуш на дві частини вертикальною лінією, ліву частину відмічає знаком «+», праву – знаком «-», під знаком «+» перераховується те, що особливо подобається (в маркетингу, в людях, в собі тощо), а під знаком «-» – те, що особливо неприємне, наприклад, «не люблю агресивних людей» тощо. Всі по черзі зачитують свої записи вголос.

***Обговорення*** результатів. (здатність управлінців до ефективних маркетингових комунікацій, у тому числі, здатності до самоконтролю у спілкуванні зі споживачами освітніх послуг).

### ***Вправа «Моє життєве кредо»***

Учасникам дається аркуш паперу формату А4.

***Завдання:***

- написати своє ім'я;

- намалювати свій власний герб (образ, символ, за допомогою якого вони можуть розповісти про себе іншим - в невербальній формі);
- написати своє життєве кредо (девіз, гасло, головна ідея, яка відображає ставлення до себе, до інших, до життя і т.д.)

*Виконується індивідуально, а потім проходить презентація.*

*В якості варіації щодо формування іміджу можна запропонувати на великому аркуші паперу намалювати футболку і написати на ній свій девіз, життєве кредо ... Можна прикрасити її улюбленими квітами, щось намалювати (як свій символ) ...*