

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

«БОГДАНОВИЧСКИЙ ПОЛИТЕХНИКУМ»

ИСКУССТВО САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

Методические рекомендации для обучающихся всех форм обучения

Богданович
2015

Методические рекомендации разработаны для обучающихся всех форм обучения в качестве помощи в планировании и развитии эффективной карьеры молодежи на рынке труда

Организация-разработчик: ГБОУ СПО СО «Богдановичский политехникум»

Разработчики:

Снежкова Е.В., преподаватель специальных дисциплин первой квалификационной категории ГБОУ СПО СО «Богдановичский политехникум»

Рассмотрена на заседании Методического совета
протокол № ____ от «_____» _____ 20____ г.

Председатель: _____/Е.В. Снежкова

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня профобразование должно не только готовить нужных обществу специалистов, но и содействовать их трудоустройству: для студентов организуется социально-профессиональное консультирование, проводится психологическая и профессиональная диагностика.

Методические рекомендации направлены на привлечение выпускников к проблеме трудоустройства, внедрению форм и технологий профессионального и экономико-правового просвещения, помощи в планировании и развитии эффективной карьеры молодежи на рынке труда.

Данное пособие призвано помочь Вам в развитии навыков самопрезентации, овладение которыми позволяет достойно представлять себя на рынке труда и в профессиональном сообществе, способствует карьерному продвижению делового человека.

В рекомендациях освещаются основные теоретические подходы, раскрывающие сущность, условия, стратегии и техники самопрезентации. Вы узнаете, как сформировать деловое портфолио, какую стратегию поведения выбрать для собеседования.

Для закрепления изученного материала представлены задания, практикумы, составлен словарь терминов. В пособии также приводится список рекомендуемой литературы для того, чтобы Вы смогли продолжить изучение феномена самопрезентации самостоятельно.

Мы надеемся, что после освоения данного материала и чтения дополнительной литературы вы сможете успешно использовать визитную карточку в деловом общении, составлять деловое портфолио, формировать эффективный деловой имидж, используя различные техники и средства самопрезентации.

Желаем удачи!

1 ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

Самопрезентация – искусство демонстрации собственной личности с самой лучшей стороны в системе внешних коммуникаций.

Понятие самопрезентация включает обширный комплекс положительных внешних и внутренних характеристик личности и умелое их использование для привлечения внимания, пробуждения интереса и создания благоприятного впечатления о собственной персоне в глазах окружающих.

Владение искусством самопрезентации важно в театре, шоу-бизнесе, политике, в медицине и во всех остальных сферах, где необходимо обладать положительным и притягательным образом, чтобы понравиться публике, аудитории.

Общая технология самопрезентации состоит из четырех основных технологических позиций:

- визуализация облика (имидж, стиль, гигиена).
- коммуникативная механика (эффективное общение, позитивное взаимодействие с собеседником).
- вербальный эффект (искусство речевого воздействия).
- флюидное излучение (харизматическое влияние).

Эффективная самопрезентация позволяет успешно проходить собеседования, занимать ключевые позиции, повышает личностную самооценку и уважение окружающих.

Самопрезентация является составной частью сложного процесса формирования профессионального имиджа специалиста. Ситуаций, где необходима самопрезентация, множество. Как освоить эту технологию?

Человек, профессионально занимающийся какой-либо деятельностью, строящий свою карьеру в определенной сфере, оказывается включенным во множество социальных, а главное, профессиональных отношений.

Особенностью формирования специалиста внутри профессии является, во-первых, обращение профессиональной среды к ключевым фигурам (основателям, классикам, методологам, мэтрам), чей авторитет безусловен, а труды служат основам развития и имиджевым эталоном профессии.

Вторая особенность – информационная и коммуникативная связь специалистов между собой, как через непосредственное общение, так и через различные коммуникативные каналы (профессиональную литературу, Интернет, конференции, обучение и пр.), что позволяет знать не только имена своих коллег, но и их профессиональные позиции.

Особенностью же функционирования специалиста как представителя определенной профессии для внешнего круга (например, клиентов) является то, что его позитивная репутация является своеобразной опорой и гарантией востребованности. О каждом специалисте складывается некое мнение, которое передается, обсуждается и, в конце концов, начинает жить само по себе.

Но при этом не всегда специалист задумывается о том, как можно управлять производимым впечатлением, более того – как формировать собственный профессиональный имидж и представлять себя не только профессиональному сообществу, но и клиентам.

Самопрезентация является составной частью сложного процесса формирования профессионального имиджа специалиста. Это очень важная и значимая часть. Ситуаций, где необходима самопрезентация, множество. Это все моменты профессионального общения и взаимодействия, в которых специалист сталкивается с новыми людьми: на конференциях, симпозиумах, на переговорах и пр.

Самопрезентация может быть как начальным этапом какого-либо делового процесса, так и отдельным, самостоятельным элементом общения. В общем виде самопрезентация представляет собой управление производимым впечатлением, показывает умение человека представить себя и свое дело. Это – технология, которая обладает рядом особенностей. По форме проведения самопрезентация - близка к публичному выступлению.

Управление имиджем посредством технологии самопрезентации можно представить как введение подготовленной информации с прогнозируемым результатом на нее.

В данной статье рассматриваются основные моменты, на которые следует обратить внимание при освоении технологии самопрезентации. Самопрезентацию профессионала можно условно разделить на два вида – **деловую и личностную**, хотя обычно они тесно переплетены.

Деловая самопрезентация включает в себя демонстрацию своих деловых и профессиональных качеств – компетентности, грамотности, профессиональной успешности и пр. В деловой презентации используются деловые аргументы – дипломы, наградные листы, благодарности, рекомендательные письма, отзывы о работе, демонстрируются психологические навыки специалиста – умение убеждать, привлекать и удерживать внимание, завоевывать доверие партнеров или аудитории, производить нужное впечатление, а также демонстрация профессиональных навыков – качественное выполнение своих профессиональных функций.

Личностная презентация – это представление и предъявление себя как профессионала – человека, личности, индивидуальности. Это демонстрация тех личностных качеств, которые способствуют профессиональному успеху – креативности, коммуникабельности, исполнительности, надежности, ответственности и т.д.

Естественно, что эффективность самопрезентации предполагает использование обеих ее видов.

Основной стратегией самопрезентации является самопродвижение, то есть открытое предъявление свидетельств своей компетентности и квалификации. Реально демонстрируя свои возможности, специалист может тем самым объявлять свои личные цели, а также формулировать свои запросы и условия.

Формирование позитивного профессионального имиджа является одним из этических путей достижения вершин профессионализма, при условии, что имидж подкрепляется и подтверждается реальными профессиональными и личными достижениями.

Использование специалистами самопрезентации как отдельного или начального элемента профессионального общения поможет решить, по меньшей мере, пять основных задач:

- адаптации – обеспечить себе оптимальное вхождение в систему профессиональных отношений, приспособление к реально существующим профессиональным, социально-психологическим, культурным условиям;
- коммуникации - обеспечить возможности взаимодействия и общения специалиста, его возможности влиться в команду, стать лидером;
- информирования – создать предпосылки для информационного обмена с коллегами, клиентами, заинтересованными лицами;
- коррекции – исправить возможные искажения в образе профессионала, сложившиеся ранее, препятствовать распространению ложной информации, предотвратить появление слухов, сплетней;
- демонстрации - предъявить свидетельства своей профессиональной квалификации, компетентности.

В современном обществе успех делового человека зависит не только от профессиональной компетентности и личностных качеств, но и от способности устанавливать эффективные коммуникации с людьми, умения представить себя и организацию, товар или услугу, иными словами, от навыков презентации.

Презентация (от лат. *praesentatio* - «представлять») - официальное представление общественности чего-либо нового, недавно появившегося, созданного.

В зависимости от объекта презентации можно выделить самопрезентацию, презентацию организации, товара или услуги.

Понятие *самопрезентация* (от англ. *self-presentation*) происходит от английского слова «самоподача», то есть представление себя другим людям.

Умение подать себя, сформировать нужное впечатление является одним из условий эффективных коммуникаций и карьерного продвижения делового человека. Большую роль навыки самопрезентации играют при приеме на работу, в публичных выступлениях, во время деловых переговоров.

Для возникновения симпатии к человеку имеют значение такие факторы, как внешняя привлекательность, общность с аудиторией, схожесть в каких-либо признаках (одинаковый лексикон, одежда, стиль общения и т. п.), пространственная близость, приятный тембр голоса, ритмически организованная и выразительная речь и др. Результатом

эффективной самопрезентации является формирование желаемого имиджа.

Для того чтобы понравиться собеседнику или аудитории, целесообразно использовать следующие приемы:

- улыбка и доброжелательный взгляд;
- приветствие, включающее рукопожатие и этикетные формулы: «Рад с вами познакомиться», «Для нашей компании большая честь вести с вами переговоры» и др.
- обращение по имени и отчеству;
- обмен визитными карточками при знакомстве;
- проявление дружеского расположения в виде комплимента, шутки;
- подчеркивание общности с деловым партнером, поиск взаимных интересов, общих тем для обсуждения;
- предоставление возможности партнеру почувствовать в чем-то свое превосходство, свою значимость.

Реализуя в самопрезентации стратегию самопродвижения, необходимо демонстрировать свои знания и умения. Формирование «власти эксперта» может осуществляться с помощью публикации статей в профессиональных изданиях, написания книг, выступлений и докладов на конференциях, общения на профессиональных интернет-форумах, участия в различных конкурсах и премиях и т. п.

Российский специалист Г.В. Бороздина предложила иные способы самопрезентации, которые она называет «техниками самоподачи».

1. *Самоподача превосходства* – выделение, акцентирование внешних признаков превосходства в одежде, манере речи, поведения.

2. *Самоподача привлекательности* – создание гармоничного облика за счет приведения одежды в соответствие с внешними данными.

3. *Самоподача отношения* – демонстрация партнеру своего отношения к нему вербальными и невербальными средствами.

4. *Самоподача состояния и причин поведения* – привлечение внимания к той причине собственных действий, которая кажется партнеру наиболее приемлемой.

В деловом общении возможно применение всех указанных техник. Осуществляя «самоподачу», можно использовать следующие приемы:

Сопереживание. Увлеченно и уверенно описывайте события, заставляя аудиторию эмоционально откликнуться, затрагивайте личный опыт людей. «Каждый из вас на собственном опыте почувствовал...», «Любой профессионал в этой области меня поймет».

Юмор. Включите в речь смешные примеры, шутки, но помните об уместности и мере использования юмора в деловом общении.

Апелляция. Используйте при необходимости ссылки на авторитетное мнение собеседников и известных для аудитории людей: «Владимир Владимирович Путин охарактеризовал предпринимательскую инициативу нашей компании как...»

Неожиданность. Предложите неизвестные слушателям факты.

Провокация. На короткое время вызовите у слушателей реакцию несогласия с информацией.

Риторические вопросы. Чаще формулируйте вопросы, обращенные к собеседникам: «Почему я решил заняться этим бизнесом?», «Чем объяснить этот факт моей биографии?».

Речевые приказы. Периодически используйте фразы «Обратите внимание на ...», «Представьте себе, что ...».

Выразительность. Выбирайте яркие сравнения, меткие выражения: «Я работаю по принципу: если гора не идет к Магомеду, то Магомед идет к горе».

Смена темпа и тональности речи. Наиболее важную информацию выделяйте громкостью голоса и более медленным темпом речи.

Использование паузы. Паузы усиливают напряженность, вовлекают собеседников в осмысление предоставленной информации.

В современном обществе успех делового человека зависит не только от компетентности и личностных качеств, но и от умения представить себя и организацию, от навыков *самопрезентации*.

Контрольные вопросы

1. Что такое самопрезентация? Какую роль навыки самопрезентации играют в жизни делового человека?
2. Какие психологические механизмы лежат в основе самопрезентации?
3. Какие техники и приемы деловой человек может использовать для самопрезентации?

Задания для самостоятельной работы

1. Перечислите знания и умения, наиболее значимые для вашей профессии?

Выявите возможности для их демонстрации в вузе:

а) используя информацию на сайте вуза и информационных стендах, выясните, в каких студенческих конференциях и форумах вы могли бы принять участие

б) узнайте, в каких сборниках или журналах вы можете опубликовать тезисы докладов или статьи по итогам конференции

в) выясните, есть ли в вузе студенческие научные кружки или секции по вашей специальности, и если есть, то какие именно.

2. Выявите возможности для демонстрации этих знаний и умений во внешней среде:

а) используя информацию в Интернете, выясните, в каких российских и международных студенческих конференциях вы могли бы принять участие

б) проведите анализ информации в Интернете и составьте рейтинг (10 наименований) наиболее авторитетных изданий (газет, журналов или интернет-порталов) по вашей специальности

в) выявите в Интернете социальные сети или профессиональные форумы, связанные с вашей профессией

2 ФОРМЫ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Формирование впечатления и влияние на аудиторию в процессе самопрезентации может осуществляться в различных ситуациях делового общения, даже если вы не общаетесь лично.

Самопрезентация делового человека может проходить в различных формах:

1. *Непосредственная* (лицом к лицу с собеседниками):

- в рамках деловой беседы;
- на собеседовании;
- при публичном выступлении;
- на пресс-конференции и т. д.

2. *Опосредованная* (с помощью определенных средств):

- визитная карточка;
- автобиография;
- резюме;
- портфолио;
- личная страница на сайте компании.

Рассмотрим особенности самопрезентации в рамках *пресс-конференции*. Как правило, при смене руководства крупной компании нового главу представляют общественности на пресс-конференции.

Пресс-конференция – это мероприятие, на котором официальные лица организации информируют представителей СМИ по актуальным для общественности вопросам. Пресс-конференция посвящается подробному обсуждению 1–2 проблем и, как правило, проводится в течение 1,5 часов.

На конференции журналисты могут задать провокационные вопросы. При этом можно использовать следующие приемы их «нейтрализации».

Игнорирование. Сделайте небольшую паузу и попросите задать следующий вопрос.

Переадресация к более компетентному лицу: «Вы можете задать этот вопрос моему руководству».

Перевод разговора на другую тему: «Мне хотелось бы поделиться с публикой планами относительно изменения политики компании».

Ответ вопросом на вопрос: «А вы когда-нибудь были в разводе?»

Юмор, ирония сарказм. «Вы задаете такие "умные" вопросы, которые ставят меня в тупик».

Негативная оценка вопроса: «Я считаю ваш вопрос некорректным».

Далее более подробно рассмотрим некоторые опосредованные формы самопрезентации делового человека и правила поведения на собеседовании.

Визитная карточка – это самая простая и изящная форма самопрезентации. В отношении оформления и использования визиток в деловом общении сложились определенные традиции.

На деловой визитной карточке обязательно должны быть:

- полное юридическое название фирмы;
- фамилия, имя, отчество;
- должность и сфера деятельности;
- адрес фирмы;
- номер рабочего телефона;
- адрес электронной почты, сайт организации.

Картон для визиток должен быть не слишком тонким, но и не очень плотным. Размер визитки обычно составляет 5×9 см. Как правило, под эти параметры изготавливаются все визитницы. Визитные карточки оформляются в едином для всех сотрудников корпоративном стиле. На карточке обязательно должны быть указаны не только имя и фамилия, но и отчество. В России отказ от последнего выглядит некорректно. Предпочтительны нейтральный фон, сдержанные цвета.

Печатать «оборотные» (русско-английские, русско-французские и т.п.) визитные карточки невежливо. Обратная сторона предназначена для записей и пометок (например, для указания вашего домашнего телефона). Если вы ведете бизнес на международном уровне, то закажите отдельные комплекты визиток на различных языках.

Рассмотрим некоторые правила этикета, касающиеся их использования.

Первым вручает визитную карточку подчиненный – начальнику, мужчина – женщине, младший – старшему, хозяин – гостю. Ее принято подавать партнеру так, чтобы он смог прочитать текст. При вручении нужно отчетливо произнести имя и фамилию, чтобы ваш собеседник смог запомнить их произношение. Визитную карточку можно вручать не только лично, но и передать с курьером.

Во время переговоров карточку целесообразно положить перед собой, чтобы при необходимости заглянуть в нее, если вы забыли имя. Нельзя при хозяине визитки загибать ее края, делать пометы. Это может быть воспринято им как неуважение.

В разных странах существуют свои правила при вручении визитной карточки. В Юго-Восточной Азии это делается двумя руками. Брать визитку следует также двумя руками. В России ее подают и принимают правой рукой.

Зачеркнуть на визитке старый и написать сверху новый номер телефона правилами этикета не запрещается, однако переписывать должность не рекомендуется. При изменении служебного положения сразу же закажите новый комплект визиток.

На визитной карточке могут быть сделаны надписи в виде сокращения. Сегодня они стали редкостью, но иногда все-таки используются. Значение этих сокращений:

p. f. (pour feliciter) – поздравляет;

p. f. N. a. (pour feliciter nouvel an) – поздравляет по случаю Нового года;

p. r. f. N. a. – благодарит и поздравляет с Новым годом (поздравление получено раньше, поэтому надо поблагодарить и поздравить, если праздник еще не прошел);

p. c. (pour condoleances) – выражает соболезнование;

p. p. p. (pour prendre part) – с выражением соболезнования и готовностью помочь;

p. p. c. (pour prendre conge) – прощается при отъезде из страны.

На визитные карточки с сокращениями p. f., p. c., и p. p. p. дают ответ своей визитной карточкой с сокращением p. r. (pour remercier), что означает «спасибо».

Чтобы представить людей друг другу, используют сокращение p. p. (pour presenter), что означает «для представления». При этом посредник пишет указанное сокращение на своей карточке и отправляет адресату две визитные карточки – свою и представляемого человека.

Визитные карточки, оставляемые при отсутствии адресата, принято загибать в соответствии с местной традицией. В России при нанесении визита, если делового партнера нет на месте или он не может принять гостя, визитную карточку оставляют, согнув, а затем распрямив ее правый верхний угол или правую сторону по всей ширине.

Перед любой деловой встречей не забудьте запастись достаточным количеством визитных карточек, они не должны «вдруг» закончиться.

Еще одной эффективной формой самопрезентации делового человека является *портфолио*. Это своеобразная «папка достижений» человека. Цель портфолио – показать потенциальному работодателю, на что способен профессионал на практике.

Портфолио (от англ. *portfolio* – «портфель», «папка для важных дел или документов») – собрание документов, образцов работ, фотографий, дающих представление о предполагаемых возможностях, услугах фирмы или специалиста (обычно художника, архитектора, фотографа, фотомодели и др.).

В отличие от резюме, портфолио более ярко и осязаемо позволяет представить ваши реальные достижения и раскрыть возможности. Этот документ может принимать форму печатной брошюры, графических файлов, альбома в электронном формате (например, в PowerPoint). Современное портфолио – это попытка передать идеи с помощью всего набора мультимедийных возможностей (звука, анимации и т. п.).

Портфолио может содержать не только ваши лучшие работы, образцы. Иногда сотрудник знает, какую именно работу он хочет выполнять, но интересных предложений не поступает. Тогда он может предложить своему работодателю усовершенствовать бизнес и представить в портфолио новые идеи

или направления деятельности: бизнес-план, проект, анализ потребительских нужд или услуг конкурентов, список текущих проблем и варианты их решения и т. п.

По основной цели, на которую рассчитан представленный материал, условно можно выделить следующие *типы портфолио*.

«*Портрет*» – содержит разнообразную информацию об авторе. Своеобразное развернутое резюме с отзывами, рекомендательными письмами.

«*Достижения*» – демонстрирует успехи, лучшие результаты. Может включать работы (проект, статья, картина и т. п.), дипломы, грамоты, сертификаты, фотографии и видеоролики с конкурсов или соревнований.

«*Рабочие материалы*» – содержит работы, обычно систематизированные по теме, проблеме или в хронологическом порядке.

«*Мои идеи*» – может включать проекты, бизнес-план, наброски сценария и т. п. Представляется руководству своей компании.

Прежде чем отправляться на собеседование, узнайте о специфике деятельности компании, запросах, требованиях к сотрудникам. Опираясь на эти сведения, подготовьте портфолио. Грамотно составленное портфолио убедит работодателя, что перед ним профессионал.

Собеседование – один из самых волнительных моментов в жизни любого человека, поэтому для уверенности в собственных силах требуется предварительная подготовка к данному событию. Следует обратить внимание хотя бы на три аспекта: стратегию поведения, внешний вид, кинетический образ.

Для того чтобы быть готовым к любым неожиданностям, при себе также нужно иметь информацию с именем контактного лица, адресом и телефоном, запасные экземпляры резюме, блокнот (для записи ключевых моментов интервью), две ручки (на случай если в одной закончатся чернила).

Для начала подготовьте все необходимые копии документов, подтверждающих вашу квалификацию, указанную ранее в резюме. Вас могут попросить их оставить.

Предварительно постарайтесь найти всю доступную информацию о деятельности компании, особенностях ее корпоративной культуры и требованиях к персоналу. Это поможет вам правильно вести себя во время интервью. При получении приглашения на собеседование выясните, кто будет проводить собеседование, какую должность он занимает.

Заранее продумайте, как вы будете рассказывать о себе. Фраза «Охарактеризуйте себя, пожалуйста» не должна поставить вас в тупик. Старайтесь сообщать только информацию, непосредственно связанную с работой и иллюстрирующую вашу компетентность в данной сфере. Стоит сообщить об образовании и предшествующем опыте работы. Если его у вас нет, то можно рассказать о том, чем вас привлекает избранная сфера деятельности, подробно описать профессиональные качества.

Также подготовьте вопросы к интервьюеру. Эти вопросы могут касаться деятельности компании в целом (в случае если компания небольшая и информацию о ней сложно найти), организации работы того подразделения, в котором предлагается должность. Можно уточнить основные должностные обязанности.

Интервьюер может спросить вас о предполагаемом заработке, поэтому заранее продумайте ответ на этот вопрос. Не стоит занижать планку: этим вы продемонстрируете неуверенность в себе и низкую самооценку. Даже если работодатель не сможет заплатить вам ту сумму, которую вы назовете, это не всегда становится причиной отказа в работе, он может предложить вам более низкий уровень оплаты.

Тщательно продумайте свой наряд. На собеседование принято приходить в деловом стиле, даже если корпоративная культура компании предполагает свободный стиль в одежде. Женщинам предпочтительнее надеть жакет с юбкой или строгое платье с жакетом, так как брюки могут создать впечатление излишне раскованной особы.

На собеседование не нужно надевать новый костюм или обувь, одежду, в которой вы чувствуете себя некомфортно. Это может увеличить вашу скованность в ситуации, и без того стрессовой для вас.

При подборе одежды не стоит придерживаться принципа «все лучшее – сразу». Вы не должны выглядеть слишком модно, чтобы не возникло впечатления, что вы большую часть времени будете посвящать не работе, а демонстрации нарядов. Также не стоит излишне демонстрировать (к примеру, дорогими аксессуарами) свое финансовое благополучие. У работодателя могут появиться сомнения, нужна ли вам работа. Прежде всего, вы должны быть одеты по случаю. Как отметил в одном из своих интервью историк моды и декоратор Александр Васильев: «Чтобы получить работу, надо одеваться в рабочую одежду. Вы приходите не на вечер и не на коктейль».

Из-за излишнего волнения вы можете выглядеть неуверенно. Нервозность может помешать интервьюеру сосредоточиться на вашей речи, поэтому следует контролировать те невербальные сигналы, которые вы посылаете собеседнику.

Когда вам предложат сесть, выберите максимально удобное место и постарайтесь занять такое положение, чтобы не возникало препятствий между вами и собеседником. Не скрещивайте руки на груди и ноги под стулом, так как это будет сигнализировать о закрытости. Имейте в виду, что закидывание ноги на ногу иногда вызывает негативную реакцию у интервьюера. Не сидите на краю стула. Ваша поза не должна быть ни слишком скованной, ни слишком развязной. При ответе на вопросы лучше смотреть в глаза и избегать излишней жестикуляции.

Старайтесь держаться свободно и непринужденно, улыбайтесь. Если ваши руки так и тянутся почесать затылок, покрутить пуговицу, то возьмите ручку или спрячьте руки под стол.

При прощании не забудьте улыбнуться и осведомиться о том, как вам узнать о результатах интервью.

Контрольные вопросы

1. Что представляет собой самопрезентация делового человека? В каких формах она может проходить?
2. Как использовать визитную карточку для самопрезентации?
3. В какой форме можно представить свои достижения и профессиональные умения в портфолио?
4. Каким аспектам следует уделить внимание при подготовке к собеседованию?

Задания для самостоятельной работы

Задание 1

Выполните тестовые задания для самопроверки

1. Обратная сторона визитной карточки должна ...
 - а) дублировать информацию на иностранном языке
 - б) содержать рекламу компании
 - в) быть пустой
2. Согласно деловому этикету, в визитной карточке допускается исправление ...
 - а) должности
 - б) контактной информации
 - в) наименования организации

Задание 2

Установите соответствие между описанием и типом портфолио.

Своеобразное развернутое резюме с отзывами, рекомендательными письмами, содержит разнообразную информацию об авторе.	«Портрет»
Включает лучшие работы (проект, статья, картина и т. п.), дипломы, грамоты, сертификаты, фотографии и видеоролики с конкурсов или соревнований.	«Рабочие материалы»
Содержит работы, обычно систематизированные по теме, проблеме или в хронологическом порядке.	«Достижения»
Может включать проекты, бизнес-план, наброски сценария и т. п.	«Мои идеи»

ГЛОССАРИЙ

Аттракция (от англ. *attraction* – «привлечение, притяжение») – проявление симпатии к человеку и желания с ним общаться.

Дресс-код (от англ. *dress-code* – «код одежды») – свод правил о том, как следует выглядеть человеку в определенной ситуации.

Имидж (по В.М. Шепелю) – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания.

Портфолио (от англ. *portfolio* – «портфель», «папка для важных дел или документов») – собрание документов, образцов работ, фотографий, дающих представление о предполагаемых возможностях, услугах фирмы или специалиста (обычно художника, архитектора, фотографа, фотомодели и др.).

Презентация (от лат. *praesentatio* – «представлять») – официальное представление общественности чего-либо нового, недавно появившегося, созданного.

Самопрезентация (по Дж. Тедеш и М. Риесу) – намеренное и осознаваемое поведение человека, направленное на формирование определенного впечатления о себе.

Самопрезентация (по В.М. Шепелю) – умение подавать себя, привлекая к себе внимание, актуализируя интерес людей к каким-то своим видео-, аудио-качествам.

Фасцинация (от англ. *fascinatio* – «очарование, обаяние») – специально организованное вербальное воздействие на поведение человека с целью формирования доверия и повышения эффективности воздействия информации.

Этикет (от франц. *etiquette* – «карточка») – установленный порядок поведения где-либо.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.
2. Альтшуллер А.А. Суперменеджер: имидж и самопрезентация. – М.: Феникс, 2005 – 192 с.
3. Архангельская М.Д. Бизнес-этикет, или игра по правилам. – М.: Экс-мо, 2002. – 160 с.
4. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск: Новое знание, 2002. – 328 с.
5. Венедиктова В.И. Деловая репутация: (личность, культура, этика, имидж делового человека). – М.: Ин-т новой экономики, 1996. – 208 с.
6. Гросс К.Дж., Стоун Дж. Дресс-код. Путеводитель по деловому стилю для успешных женщин. – М.: Эксмо, 2006. – 208 с.
7. Гросс К.Дж., Стоун Дж. Дресс-код. Путеводитель по деловому стилю для успешных мужчин. – М.: Эксмо, 2006. – 192 с.
8. Кобзева В.В. Этикет в вопросах и ответах. – М.: Фаир-пресс, 2003. – 288 с.
9. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. – М.: Феникс, 2006. – 251 с.
10. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.
11. Панфилова А.П. Имидж делового человека. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2007. – 490 с.
12. Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М.: Ось-89, 2009. – 208 с.
13. Сутормина Л.И. Основы самопрезентации. Основы имиджологии [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – М.: МФПА, 2008. – Режим доступа: <http://www.e-biblio.ru>.