Питання на залік

1. Предмет, завдання та понятійний апарат іміджелогії як науки і практичної діяльності.
2. Педагогічна іміджелогія як окрема галузь гуманітарного знання: мета та міждисциплінарні зв’язки.
3. Поняття «імідж» як базова категорія іміджелогії: аналіз сучасних наукових підходів до дефініції.
4. Співвідношення та диференціація понять: імідж, образ, ідеал, маска, стереотип, репутація, статус і престиж.
5. Класифікація іміджів: основні види, критерії типологізації та їх значення в управлінській практиці.
6. Структурні компоненти іміджу: біологічний, комунікативний, соціальний, міфологічний, професійний та контекстний.
7. Функціональне призначення іміджу фахівця в соціумі та освітньому середовищі.
8. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія: сутність, структура та професійні орієнтири іміджмейкера.
9. Психологічні механізми сприйняття образу керівника та типологія соціальної перцепції.
10. Основні етапи та специфіка проектування ділового іміджу керівника закладу освіти.
11. Сутність та алгоритм технології іміджування як форми корекційно-виховного впливу.
12. Роль «Я-концепції» у технології іміджування: структура, рівні функціонування та взаємозв’язок із самооцінкою керівника.
13. Образ фізичного «Я», тілесність та «схема тіла» в практиці конструювання індивідуального іміджу.
14. Гуманістична спрямованість ділового іміджу сучасного освітнього менеджера.
15. Іміджева структура особистості керівника: взаємозв’язок моделей професійної діяльності та управлінського іміджу.
16. Педагогічна культура, творчість та ключові компетентності як фундамент ділової репутації освітнього менеджера.
17. Функції, структура та специфіка професійно-педагогічного спілкування в діяльності керівника закладу освіти.
18. Реалізація суб’єкт-суб’єктної взаємодії та вибір стилю педагогічного спілкування керівника.
19. Вербальні складники комунікації керівника: техніка мовлення, риторична культура, вербальний ефект.
20. Невербальна комунікація освітнього менеджера (кінесика, проксеміка, такесика, міміка) та її вплив на сприйняття образу.
21. Комунікативні бар’єри у взаємодії менеджера закладу освіти з колективом і методи їх подолання.

22. Теоретичні основи самопрезентації: концепція драматургічного підходу Ервіна Гоффмана.

23. Мотиваційні моделі, стратегії та тактики самопрезентації особистості в діловому середовищі.

24. Технологічна структура самопрезентації: комунікативна механіка, візуалізація образу та «технологія флюїдного сяяння».

25. Методика аналізу цільової аудиторії, контексту та створення message-інформації про керівника.

26. Габітарний імідж особистості: анатомічні, фізіологічні та соціальні компоненти зовнішньої маніфестації образу.

27. Психологічні аспекти сприйняття кольору та діагностика вибору за концепцією М. Люшера в іміджелогії.

28. Сезонна типологія кольорового іміджу К. Джексон («весна», «літо», «осінь», «зима») у формуванні візуального образу фахівця.

29. Роль ділового одягу та костюма у створенні професійного авторитету керівника закладу освіти.

30. Критерії вибору стилю і манери вбрання: відповідність конституційним особливостям, дрес-коду, традиціям та сучасним тенденціям.