

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НЕФТИ И ГАЗА  
(НИУ) ИМЕНИ И.М. ГУБКИНА

*Кафедра «Автоматизации и проектирования сооружений нефтяной и  
газовой промышленности»*

**РЕФЕРАТ**

По дисциплине: «Личная и профессиональная эффективность»

На тему: «Имидж делового человека»

проверил: доцент, к.т.н., Герасимова И.В.

выполнил: студент группы МТМ-21-04,

Климентов А.А.

Москва, 2022

## Оглавление

Введение.....	3
Определение делового имиджа.....	5
Составляющие имиджа.....	7
Деловой имидж на примере известных людей.....	10
Заключение.....	12
Список используемой литературы.....	13

## Введение

В современном мире для того, чтобы быть успешным, вне зависимости от конкретной сферы деятельности, нужно обладать не только профессиональными навыками и умениями, иметь соответствующее образование, но и располагать хорошей репутацией, деловым имиджем.

В сфере межличностных отношений человек создаёт притягательный имидж. Удачный деловой образ влияет не только на восприятие окружающими, но и на восприятие самого себя. Об имидже сейчас говорят всё чаще и чаще. Опыт мирового цивилизованного сообщества убедительно доказал, что без создания положительного делового имиджа наивно рассчитывать на успешное осуществление как коммерческих, так и политических проектов и пользоваться достойной репутацией в деловых кругах. Удачный деловой образ влияет не только на восприятие вас окружающими, но и на ваше восприятие самого себя. Если вы выглядите хорошо, это придает вам смелость быть самим собой и чувствовать себя более уверенным. Другими словами, ваш облик воздействует на вас в той же степени, в какой он воздействует и на окружающих вас людей.

Суть имиджа в том, чтобы заставить других людей видеть вас таким, каким вы пожелаете, и преподнести себя так, чтобы они восприняли ваш образ положительно. Его составляющими являются внешность, речь, манеры поведения, невербальное общение. Человеку, чтобы преуспеть в воздействии на людей в деловом общении, необходимо использовать такой сильнодействующий стимулятор формирования имиджа, как речь. О человеке можно судить по языку, которым он выражается.

Таким образом, все вышесказанное позволяет утверждать, что деловой имидж следует считать важной составной частью культуры делового общения, а обладание им - существенной личностной и профессиональной характеристикой любого серьезного бизнесмена и политика.

Актуальность данной темы определяется тем, что в наше время деловой человек постоянно сталкивается в своей жизни с переговорами,

деловыми разговорами, беседами, и одной из главных составляющей является имидж делового человека.

Цель работы: изучить понятие делового имиджа и его составляющие.

Задачи работы:

- рассмотреть определение делового имиджа;
- то, из чего состоит деловой имидж;
- рассмотреть деловой имидж на примере деловых людей.

## Определение делового имиджа

Когда говорят об имидже делового человека, обычно подразумевают и представляют определенно сформировавшийся образ, в котором выделяют определенные черты, которые оказывают влияние на окружающих. Имидж человека складывается во время личного контакта, основываясь на мнениях. Исходя из этого, можно выделить определённые компоненты, из которых складывается имидж человека,

- внешний облик (то, как одевается);
- тактика общения (речь, манера общения, умение психологического воздействия);
- деловой этикет;
- этика делового общения.

На английском языке «image» означает «образ». Следовательно, когда говорят об имидже человека, то говорят о его образе, который возник у людей в голове. И речь идет не только о внешних данных, но и о действиях и поступках человека, об оказании эмоционально-психологического воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п.<sup>1</sup>

Деловой имидж — это то представление, которое вы создаёте сами о себе как внешнее отражение вашей личности и как показатель ваших деловых и чисто человеческих качеств. Чем оно удачнее, тем выше ваш профессиональный и политический авторитет, тем легче находить общий язык с окружающими и завоёвывать у них признание и должное уважение<sup>2</sup>.

В нынешнее время успешность человека диктует правила, например, обладание перечнем профессиональных навыков и умений, а также наличие хорошего образования, хорошей репутации. Из этих пунктов складывается имидж человека.

---

<sup>1</sup> Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). - М.: Институт новой экономики, 2001. - 305 с.

<sup>2</sup> Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека бизнесмена, политика. - М.: Ось-89, 2002. - 512 с.: ил. URL: <https://textarchive.ru/c-1467568.html> (дата обращения: 05.03.2023).

Огромное значение в профессиональной сфере имеет деловой имидж. Если у человека хорошая репутация, он будет чувствовать себя уверенно и пользоваться популярностью у своих коллег.

Не только в коммерческой и политической деятельности, но и в любых других профессиях, требующих личного контакта, удачный имидж становится решающим фактором. Такой имидж очень важен и для служебной карьеры. Современные исследования показывают, что имидж либо повышает, либо разрушает шансы найти работу, не говоря уже о продвижении по служебной лестнице. Надо сказать, что при приеме на работу и при продвижении по карьере имидж играет далеко не самую последнюю роль, поскольку внешнее восприятие всегда есть основной компонент.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что имидж делового человека представляет собой тот образ, который каждый профессионал сам создает так, чтобы его правильно и хорошо воспринимали окружающие его люди.

## **Составляющие имиджа**

Ведение любого дела — это прежде всего установление контактов, в которых, по подсчетам психологов, в 80 случаях из 100 свое отношение к другому человеку люди строят на основе первого впечатления, важнейшей составной частью которого является внешний вид. Поэтому в деловом мире требованиям к внешнему виду отводится весьма важное значение, поскольку именно от него в значительной мере зависит отношение со стороны окружающих. Клиенты, например, всегда склонны видеть прямую связь внешнего облика бизнесмена с его честностью и качеством обслуживания. Отсюда вполне логично заключить, что внешний вид — это одна из главных внешних форм выражения делового имиджа.

Вообще говоря, имидж делового человека – это его целостный образ. Однако он состоит из ряда составляющих компонентов.

### **Внешний вид.**

Не секрет, что внешний облик специалиста играет важную роль. Несоответствие внешнего вида может стать причиной отказа в приеме на работу или повышении по службе даже в том случае, если профессиональные навыки и компетенции находятся на уровне. Именно поэтому большое количество людей свое внимание в первую очередь уделяют именно этой составляющей.

Разумеется, для создания подходящего внешнего облика нужно подобрать хорошую одежду и подходящую прическу. Универсальный вариант – деловой костюм. Однако в некоторых ситуациях подобное облачение может быть неуместным. В этих случаях нужно одеваться более свободно, в то же время соблюдая дресс-код.

Например, подойдут брюки свободного кроя и рубашка или водолазка, для женщин – блузка и юбка ниже колен.

Что же касается прически, то в деловом мире традиционно принято, чтобы мужчины были коротко подстрижены. Волосы у женщин должны быть аккуратно собраны или тщательно уложены.

Внимание следует также уделять состоянию кожи и ногтей. Ногти должны быть чистыми и ухоженными, то же касается кожи. Женщинам разрешен нейтральный маникюр (например, французский). Не следует делать слишком яркий макияж, он должен быть выдержан в пастельных тонах. В корпоративной среде негативно воспринимается наличие таких атрибутов, как пирсинг или татуировки. А также стоит уделить внимание выбору качественного и легкого парфюма.

Восприятие делового человека формируется также и в соответствии с его материальным благополучием и зависит от того, какими благами он располагает (личный автомобиль, загородный дом, антикварная мебель, дизайнерские аксессуары и многое другое). В этом отношении рекомендуется придерживаться золотой середины: с одной стороны, ваши вещи должны подчеркивать ваш статус, а с другой – не создавать атмосферу бахвальства.

**Манеры поведения.** Манеры также являются важной частью имиджа. Они проявляются в поведении за столом во время приема пищи, в правильном использовании оргтехники и канцелярских принадлежностей, в курении (если это разрешено), в том, как человек входит в помещение и занимает предложенное ему место, снимает и надевает одежду, размещает свои вещи.

**Вербальное общение (речь).** Существует много ошибок в данной области, которые мешают не только произвести благоприятное впечатление, но и просто услышать и понять, что говорит собеседник, донести до него свою мысль. Наиболее грубой ошибкой можно считать прерывание речи собеседника. Это не только демонстрирует неуважение, но и мешает понять важные моменты разговора. Одна из таких ошибок, это чрезмерная увлеченность собственной речью. В таком случае партнер может просто не вспомнить ничего из того, что говорили ему чуть раньше. Другой ошибкой является поглощенность своими мыслями, ее часто совершают люди,



озабоченные своим здоровьем, воодушевленные новой бизнес - идеей и т. п.<sup>3</sup>. В этом случае люди не реагируют на разумную критику и ценные предложения собеседников и деловых партнеров. Нередко это случается в критические моменты жизни, когда особенно необходимо прислушаться к мнению трезвомыслящих людей.

**Невербальное общение.** Невербальное общение - язык жестов, включающий такие формы самовыражения, которые не опираются на слова и другие речевые символы. Более половины объема межличностного общения приходится на невербальное общение. Мимика, позы, жесты всегда передают наши чувства и состояние. Эффективно общаться означает также понимать язык невербального общения. Чуткость в восприятии и понимании языка невербального общения развивается с опытом и возрастом. Ключевыми категориями в рассматриваемой проблеме являются межличностное пространство, визуальный контакт, рукопожатие, выражение лица, позы и жесты.

Деловой имидж (как и всякий другой) следует строить на вашем искреннем «я». Основа его привлекательности для людей, с которыми вы встречаетесь, заключается в том, что они должны видеть вас настоящего, а не какую-то искусственную модификацию вашей личности. Вы, конечно, можете радикально изменить свой имидж, оторвать его от вашего естественного «я», но это будет продолжаться очень недолго. Вас выдадут непредусмотренные мелочи<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Криксунова И. Создай свой имидж. -- СПб.: Лань, 1997. - 141 с.

<sup>4</sup> Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена. -- М.: Ось-89, 1996. - 234 с.

## **Деловой имидж на примере известных людей**

**Начнем с так называемого «правильного» делового имиджа.**

Алесь Михайлович Миллер (председатель правления ОАО «Газпром»)

Его амплуа - профессиональный топ-менеджер. Причем высокого класса, обладающий таким важным деловым качеством, как умение создавать «под себя» управленческие команды и эффективно с ними работать. На мой взгляд, это является одним из надежных условий его продолжительно успешной деятельности в бизнесе.

Яркой харизмой не обладает. Ее отсутствие компенсирует высоким профессиональным авторитетом. Что также работает на его карьерное продвижение. В российских «верхах» истеблишмента без радости относятся к появлению знаковых управленцев, но объективно испытывают дефицит в толковых организаторах.

Прекрасно владеет собой. Обладая незаурядным «внутренним Я», которое дозировано проявляет в своем «внешнем Я». Эмоционален, но умело контролирует свои поступки.

В общении держится с подчеркнутым достоинством. Когда смеется, то как бы высвечивается многогранность натуры и мощный волевой потенциал. Любит игровые виды спорта, что свидетельствует о склонности к коллективизму и пониманию важности координированных усилий.

Обладает редким для российских мужчин даром - ношение одежды: привычно смотрится в офисном костюме, элегантен в смокинге, естественен в рабочей спецовке.

### **Имидж 50 на 50**

Стив Джобс. Маркетинговый гений, самый умный СЕО, кумир молодёжи, о котором пишут книги, которого даже боятся. Генеральный директор Apple Inc. Стив Джобс (Steve Jobs) давно ассоциируется не только с техникой яблочной компании, но и является примером того, как человек может создать бренд вокруг своего имени. Его ежегодные пресс-конференции собирают массу народа, а у экранов своих компьютеров

внимательно слушают сотни тысяч поклонников. Трудно не заметить на таких мероприятиях экстравагантный внешний вид главного купертиновского мастера.

Можно обратить внимание, что на многочисленных его фотографиях, Стив в обязательном порядке надевает черную водолазку фирмы St.Croix, голубые джинсы Levi's 501 и кроссовки New Balance 991. Никаких строгих костюмов, галстуков и начищенных туфель уже почти 12 лет. Стив Джобс - самое настоящее воплощение известного афоризма «Не одежда красит человека, а человек одежду».

#### **Антиделовой имидж.**

Французская писательница Франсуаза Саган (Francoise Sagan) говорила: «Не по одежде, а по прическе видно, знает ли женщина себя». Амбер Роуз (Amber Rose), Келис (Kelis) и Кэти Холмс (Katie Holmes) никогда не претендовали на звание «Фрик года», однако судя по их прическам, они явно стремятся встать в один ряд с экстравагантной Леди Гагой (Lady Gaga). По этим девушкам, что они не совсем понимают, что им идет и как можно раскрыть свое внутреннее «я» таким образом, чтобы внешность не пострадала<sup>5</sup>.

В стиле «Семейки Адамс» решили одеться Миша Бартон (Mischa Barton), Джессика Альба (Jessica Alba) и Мэри-Кейт Олсен (Mary Kate Olsen). Если от последней еще можно было ожидать чего-то подобного, то Альба и Бартон сделали своим поклонникам сомнительный сюрприз. Девушки, внешностью которых восхищаются миллионы людей, явно допустили промашку. Готичные черные наряды, вместо того чтобы придать обладательницам загадочности, сделали их вульгарными и несколько даже неопрятными<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Неудачные эксперименты звезд с имиджем // URL: <https://www.wday.ru/krasota-zdorovie/beauty-gid/neudachnye-eksperimenty-zvezd-simidzhem/?ysclid=levh4vk135974632494> (дата обращения: 05.03.2023)

<sup>6</sup> См. там же.

## Заключение

Имидж - важнейший аспект любого общения между людьми, в том числе и в бизнесе. В силу специфики решаемых задач в деловом общении образ должен соответствовать этой специфике, оставлять у собеседника определенный набор впечатлений, а именно: надежность, скромность, компетентность, интеллектуальное развитие. Правильно подобранный и реализованный имидж в начале контактов помогает создать благоприятное первое впечатление, вызвать уважение и доверие деловых партнеров. Это определяет важность изучения данной концепции и успешного применения полученных знаний.

Все составляющие имиджа в совокупности влияют на восприятие человека в бизнесе. Лицо, фигура, одежда активно влияют на наше восприятие. Встречают по одежде, - гласит народная мудрость. Одежда может говорить о многих чертах характера, например, неряшливость демонстрирует невнимательность человека к мелочам, эксцентричность - непредсказуемость или легкомыслие, что может вызвать недоверие у делового партнера. Во время работы лучше придерживаться так называемого офисного стиля одежды. Это строгий костюм светлых тонов летом или темных зимой или вечером. Одежда должна быть классического кроя, все аксессуары тщательно подобраны. Сумочка или портфель из хорошей кожи, одежда известного бренда говорят о респектабельности. Опрятность и аккуратность в одежде очень важны, так как люди ассоциируют ее с деловыми качествами, а значит, помогают создать хороший имидж.

### Список используемой литературы

- 1) Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). - М.: Институт новой экономики, 2001. - 305 с.
- 2) Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека бизнесмена, политика. - М.: Ось-89, 2002. - 512 с.: ил. [Электронный ресурс]  
<https://textarchive.ru/c-1467568.html>
- 3) Криксунова И. Создай свой имидж. -- СПб.: Лань, 1997. - 141 с.
- 4) Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена. -- М.: Ось-89, 1996. - 234 с.
- 5) Неудачные эксперименты звезд с имиджем // [Электронный ресурс] <https://www.wday.ru/krasota-zdorovie/beauty-gid/neudachnye-eksperimenty-zvezd-simidzhem/?ysclid=levh4vk135974632494>