

ОСОБЛИВОСТІ НАБУТТЯ МЕНЕДЖЕРОМ ОСВІТИ ПОЗИТИВНОГО ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ

Жигір В.І., к. пед. н., доцент

Бердянський державний педагогічний університет, вул.Шмідта, 4, м.Бердянськ, Україна

profpedagog@ukr.net

Стаття розглядає проблему створення позитивного професійного іміджу менеджера освіти. Розкрито сутність поняття «імідж», проаналізовано особливості «професійного іміджу», розглянуто види іміджу. Обґрунтовано компонентний склад професійного іміджу менеджера освіти. Окреслено ознаки та визначено кроки формування позитивного професійного іміджу менеджера освіти.

Ключові слова: імідж, професійний імідж, менеджер освіти, компоненти іміджу, самопрезентація, тренінг.

ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОМ ОБРАЗОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

Жигирь В.И.

*Бердянский государственный педагогический университет, ул. Шмидта, 4, г. Бердянск,
Украина*

profpedagog@ukr.net

Статья рассматривает проблему создания позитивного профессионального имиджа менеджера образования. Раскрыта сущность понятия «имидж», проанализированы особенности «профессионального имиджа», рассмотрены виды имиджа. Обоснован компонентный состав имиджа менеджера образования. Определены характеристики и шаги формирования позитивного профессионального имиджа менеджера образования.

Ключевые слова: имидж, профессиональный имидж, менеджер образования, компоненты имиджа, самопрезентация, тренинг.

PECULIARITIES OF OBTAINING BY MANAGER THE EDUCATION OF POSITIVE PROFESSIONAL IMAGE

Zhigir V.

Berdyansk State Pedagogical University, Shmidt st., 4, Berdyansk, Ukraine

profpedagog@ukr.net

The article considers the problem of creating the positive professional image of educational manager. The essence of the notion "image" has been opened; peculiarities of professional image have been analyzed; types of image have been considered. There have been grounded the component composition of professional image of educational manager. The author outlines signs and defines stapes of forming of positive professional image of educational manager.

The analysis of the understanding of modern science the term "image" suggests that it is rather a multidimensional phenomenon that includes characteristics that are sometimes contradictory. Some authors associate this term studies of visual image visual appeal, others - determine the image as purposeful patterns of display object in consciousness. Some experts interpret the image as a public "I man" as the image created by the idea of social groups. In a separate group of distinguished work of researchers who are considering the image as a mental phenomenon, due to the desire of the individual to a successful social adaptation.

It is important to maintain a positive image, but is built not only on the external terms, but on personal qualities. Moreover, personal image in education acts as a base, and external - as an add-in.

Key words: image, professional image, educational manager, image components, self-presentation, training.

Істотні зміни в соціальному й економічному житті сучасного українського суспільства перетворили уявлення людей про характер праці, успіху, кар'єри. У цьому сенсі поширення набула проблема формування позитивного іміджу менеджера освіти, яка є актуальною для вирішення наукових й практичних завдань управління і, зокрема, завдань відповідності особистісних якостей керівника та вимог професійної управлінської діяльності.

Проблема формування іміджу людини, іміджу фахівця є актуальною і перебуває в полі зору дослідників з різних галузей гуманітарного знання: соціології (Н. Григор'єва, І. Черемушнікова та ін.), філософії (Т. Бистрова, Е. Калюжна, Є. Кужевська та ін.); психології (Л. Змієвська, Л. Орбан-Лембрик, Т. Скрипаченко, І. Шишова та ін.); політології (В. Бебик, Г. Почепцов та ін.); управління (С. Болсун, К. Гурчиані, Л. Даниленко, М. Ховрич та ін.).

Питання професійного іміджу досліджено у працях зарубіжних (Г. Бехер, Р. Верслін, Д. Герген, Дж. Наполітан, М. Різ, Т. Шварц, та ін.) і російських (П. Гуревич, Е. Климов, Т. Кудрявцев, Ф. Кузін, Л. Мосіна, В. Шепель та ін.) вчених.

В Україні до проблеми іміджу зверталися Д. Видрін, А. Гуцал, В. Королько, В. Моїсєєв, С. Недбаєвський, С. Телешун, М. Ховрич та ін.

Мета статті – розглянути проблему створення професійного іміджу; визначити його компонентний склад та з'ясувати особливості формування позитивного професійного іміджу менеджера освіти.

В останні десятиліття питання формування іміджу набуло вагомого значення. Раніше це слово використовувався лише вузьким колом фахівців, проте на даний момент воно є загальноживаним. Вплив людини на більшу частину оточення здійснюється саме за допомогою іміджу, тому правильний вибір іміджу є запорукою успіху багатьох заходів.

У перекладі з англійської слово «image» означає «образ», з латинської – «imago» означає «імітація».

У словниках імідж визначається як уявлення громадськості про людину чи предмет; образ, поширюваний у суспільстві; імітація або подання зовнішньої форми суб'єкту чи об'єкту, тому найчастіше імідж людини це не те, ким вона є насправді, не сукупність її особистісних характеристик, а образ, який формується відносно цієї людини в оточуючих людей, або людей, що створюють враження про неї. Отже, найчастіше імідж людини дуже сильно відрізняється від самої особистості.

Різний погляд на трактування цього поняття й у сучасних науковців.

Л. Даниленко стверджує, що поняття «імідж», як і більшість наукових категорій, може трактуватися в широкому і вузькому сенсі. У широкому сенсі під іміджем розуміється розповсюджене уявлення про сукупність природних і спеціально сконструйованих властивостей об'єкта, у той час, як у вузькому, під іміджем розуміється свідомо сформований образ об'єкта, який наділяє його додатковими цінностями і дає можливість продукувати ті враження про об'єкт, ставлення до нього і оцінки його, що необхідні тому, хто цей образ створював [1].

В. Шепель вважає імідж збірним поняттям. З його точки зору, імідж – це вигляд, тобто та форма життєпрояву людини, завдяки якій «на люди» виставляються сильнодіючі особистісно-ділові характеристики [2].

За визначенням українських PR-фахівців Г. Почепцова і В. Королька, імідж – це досить стійке уявлення громадськості про людину чи організацію, що цілеспрямовано формується за допомогою різних комунікативних засобів. Імідж має символічний характер і призначений для породження у масовій свідомості чітких, як правило, позитивних асоціацій та емоцій [3; 4].

Імідж, у розумінні С. Болсун, – це об'єктивний чинник, який відіграє суттєву роль в оцінюванні соціального явища, процесу чи особистостей людини. Стосовно людини, імідж багато в чому визначає те, що саме певна особистість робить і що говорить та, яким є вияв її внутрішнього світу, особистісні та професійні якості, риси характеру, манери, стиль спілкування, рівень вихованості та зовнішність. З огляду на те, що людина здатна все

перераховане вище змінювати, імідж можна спрямовано формувати, уточнювати або переробляти за допомогою модифікації діяльності, вчинків і мисленнєвих позицій [5].

Як психологічний феномен, імідж - це багатозначне явище, сутністю якого є образ, що відображає якісні та кількісні характеристики об'єкта і представляє собою певну інформаційну структуру. Ідеальний імідж не є жорсткою детермінантою актуальної поведінки керівника середньої ланки, оскільки включає неузгоджені експектації різних рівнів управління і, отже, несе в собі суперечливий потенціал [6]. Імідж – це думка, що містить оцінку, а оцінка формує готовність діяти – психологічну установку. Виходить, що, працюючи над іміджем, свідомо управляючи враженням про себе, керівник формує в підлеглих, колег психологічну установку відносно себе, яка може працювати як на благо організації, так і навпаки. Цією установкою може бути, наприклад, намір вибудовувати ефективні відносини, довіряти, поважати, більше спілкуватися, бути відкритим, лояльним, старанним. Або навпаки, прагнути до конфронтації, грубити, бути менш прихильним, підозрілим, плести інтриги та ін. [7].

Проведений аналіз розуміння сучасною наукою поняття «імідж» дозволяє говорити про те, що це досить багатомірне явище, яке включає в себе характеристики, які іноді суперечать одна одній. Деякі автори досліджень пов'язують це поняття з візуальним образом, зовнішньою привабливістю, інші – визначають імідж, як цілеспрямовано сформовану форму відображення об'єкта у свідомості людей. Частина фахівців трактують імідж як публічне «Я людини», як образ, створюваний думкою соціальної групи. В окрему групу виділяються роботи дослідників, які розглядають імідж як психічне явище, обумовлене прагненням індивіда до успішної соціальної адаптації.

У наукових працях розрізняють види іміджу: зовнішній, вербальний, кінестетичний, середовищний, професійний і особистісний [8; 9].

В аспекті нашого дослідження розглянемо професійний імідж фахівця, який трактується як:

- образ людини, детермінований професійними характеристиками [10];
- кількість успіхів та навдач у професійній сфері [9];
- синтез професійних якостей і компетентностей та особистісних якостей і зовнішності особистості [5].

Що стосується іміджу керівника, менеджера освіти, зазначимо, що управлінська діяльність вимагає від людини динамізму, швидкої реакції, інтуїції і багато чого іншого. Кожен керівник повинен знати, як професійно виконати свою роботу. Ці знання можуть бути отримані, якщо менеджер освіти досить старанний, проникливий і самокритичний, щоб засвоїти їх зі свого досвіду. І досить сприйнятливий, щоб витягти їх з досвіду інших. Менеджер не може дозволити собі вчитися лише на власних помилках.

В. Головащенко вважає імідж керівника досить складним явищем, яке передбачає взаємозв'язок професійних і особистісних характеристик і формується під впливом двох груп факторів. Перша група діє на первинній стадії і включає такі елементи, як первинна інформація про особистість, перше враження і ефект ореолу. Друга група об'єднує професійні та особистісні чинники формування іміджу, активізуються безпосередньо при здійсненні професійної управлінської діяльності [11].

М. Ховрич визначає імідж керівника навчального закладу як публічне "Я" людини, що складається з комплексу цілісних, узгоджених між собою характеристик різного змісту: зовнішніх (вербальних – що говорить, як говорить, що і як пише; кінетичних – як володіє рухами тіла, рук, голови), середовищних (створених людиною в середовищі – його житло, кабінет, автомобіль, за якими складається думка про нього) та внутрішніх (темперамент, характер, здібності, мотивація, спрямованість, інтереси, самооцінка тощо) [12].

До загальних ознак професійного іміджу керівника навчального закладу С. Болсун відносить:

- образ керівника має бути правдоподібним і вірогідним. Доречні стримані висловлювання, інформація без гіперболізації, нав'язливості та зайвої емоційності, демонстрування успіхів, щира зацікавленість, вагома аргументація тощо;
- образ має бути яскравим і конкретним;
- образ має бути доступним для розуміння навіть неспеціалістів із певної галузі. Завдяки цьому, інформацію про об'єкт легко та просто засвоїти та швидко запам'ятати. У результаті вдається уникнути небажаних наслідків;
- образ має бути цікавим для соціуму (дітей) [5].

Отже, набуття позитивного професійного іміджу, звичайно, не самоціль для менеджера освіти. Однак, володіння ним складає вельми істотну особистісну і професійну характеристику, має глибокий практичний сенс.

Дослідники виділяють й різні компоненти іміджу. Наприклад, А. Панфілова зазначає, що імідж дорівнює персоніфікації та містить такі характеристики:

- зовнішній вигляд (привабливість, упевненість в собі, адекватність зовнішнього вигляду ситуації, поведінкова спрямованість особистості та ін.);
- внутрішній зміст особистості (інтелект, ціннісний потенціал, наміри, цілі, внутрішня культура тощо);
- психологічний тип (схильність до спілкування і лідерства, спрямованість на репутацію, на авторитет, на людські відносини, на результат та ін.) [13].

Розглядаючи компоненти іміджу керівника в аспекті формування іміджу навчального закладу, Л. Даниленко зводить їх до трьох груп: персональні (тип особистості, властивості характеру, якості особистості, фізичні особливості); соціальні (освіта, біографія, стиль життя, система цінностей, суспільний статус); професійні (тип керівника і його статус у колективі, ступінь володіння професійними методами і технологіями управління колективом, наявність навичок стратегічного планування, організаторських умінь, здібностей до об'єктивної незалежної оцінки, прогресивного розвитку) [1].

За твердженням Л. Орбан-Лембрик, імідж керівника містить такі складові [14, с. 545–546]:

1. Професіоналізм і компетентність. Кожен керівник повинен мати знання, володіти методами реалізації своїх обов'язків. Джерелом знань є книги, власний і чужий досвід.
2. Динамізм, швидка реакція на ситуацію, активність. Керівник повинен уміти вчасно відреагувати на подію і прийняти відповідне рішення.
3. Моральна надійність керівника. Це є необхідною умовою для того, щоб співробітники організації могли довіряти керівникові і водночас відчувати його підтримку.
4. Уміння впливати на людей справою, словом і зовнішнім виглядом. Виховний вплив справою реалізується у формі особистого прикладу, активного залучення людей до трудової діяльності, вплив словом – завдяки вмільому користуванню засобами ділової риторики. Вплив зовнішнім виглядом передбачає ефективну самопрезентацію (етика спілкування, естетика одягу, приваблива манера поведінки тощо).
5. Гуманітарна освіченість. Основу світоглядних засад керівника можуть становити такі гуманітарні цінності: соціальна захищеність, здоров'я, духовне багатство, екологічна безпека людей. Отже, позитивний імідж керівника створюють турбота про процвітання організації, інтереси підлеглих, належні умови праці, відкритість для співробітників, широке коло спілкування та ін.

6. Психологічна культура керівника. Знання керівником психології працівника, уміння підбирати собі команду згідно з вимогами організації та індивідуальними особливостями кадрів, їх характерологічними рисами є передумовами успішної діяльності організації.

М. Ховрич упевнений, що велике значення для керівника навчального закладу має зовнішність і, зокрема, діловий стиль одягу, який формує у батьків відчуття стабільності, надійності та респектабельності закладу; демонструє рівень культури персоналу освітньої установи; дозволяє відвідувачу бачити й чути саме керівника, а не те, що на ньому вдягнене. Культура одягу має не менше значення, аніж культура поведінки. В одязі завжди мають бути присутні чистота й охайність [12].

В. Шепель виділяє три групи якостей, володіння якими дає шанси вирішити проблему іміджу.

До першої групи автор відносить комунікабельність (здатність легко сходитися з людьми), емпатію (здатність до співпереживання), рефлексивність (здатність зрозуміти іншу людину) і красномовність (здатність впливати словом). До другої – такі характеристики особистості, як результати освіти і виховання (моральні цінності, психічне здоров'я, здатність до міжособистісного спілкування, ділова мова, вміння долати конфліктні ситуації). У третю групу входить те, що пов'язане з життєвим і професійним досвідом особистості (інтуїція, гнучкість у спілкуванні та ін.) [2].

Отже, в іміджі менеджера освіти виділяємо зовнішню й внутрішню складові.

Що стосується зовнішньої складової, вона характеризує зовнішність, тобто це візуальні характеристики (від взуття до зачіски, включаючи міміку, манери, костюм, ходу, голос, жести, діловий етикет та ін.).

Внутрішня складова – це менталітет, тобто напрям думок, інтелект, професіоналізм, інтереси, цінності, тобто, це все те, що відноситься до душі і розуму. Для керівника менеджера освіти внутрішня складова – це стиль ведення справ, укладення договорів, формована політика освітньої установи.

При цьому, ігнорування будь-якого компоненту професійного іміджу не приносить очікуваного результату. Імідж керівника має бути достатньо привабливим, оскільки від рівня його сформованості залежить професійний успіх цієї особистості [5]. Саме тому формування іміджу менеджера освіти є важливою проблемою результативної професійної діяльності.

Формування іміджу припускає будь-яку діяльність зі створення та корекції іміджу.

«Цілеспрямовано сформований імідж - це результат не тільки природного, суб'єктивного процесу розвитку і самовдосконалення, але і цілеспрямованого виховання, навчання, освоєння навичок і технологій. Як об'єктивізація мети, такий імідж є первинним, самоцінним продуктом діяльності» [15, с.259].

По-перше, для менеджера освіти важливе знання основ психології для того, щоб бути в змозі оцінити психологічні особливості власної особистості і грамотно використовувати свої сильні і слабкі сторони.

Робота над створенням іміджу повинна починатися з постановки мети, залежно від якої приймається рішення про методи формування іміджу, серед яких, у першу чергу, можна виділити тренінги: самопізнання, само проектування, професійно особистісного зростання. Форми, методи і прийоми підбираються залежно від тематики тренінгу та рівня сформованості у фахівця професійно-важливих для іміджу якостей особистості.

Здійснюючи продуктивну діяльність зі створення свого позитивного іміджу, менеджер освіти не тільки демонструє професійному оточенню свої найбільш привабливі індивідуальні, особистісні і професійні якості, а й навчається бачити себе «зі сторони», усвідомлювати свої

недоліки, співвідносити об'єктивні характеристики з еталонним зразком індивіда, особистості, професіонала. Позитивний імідж менеджера освіти виконує не тільки функцію самопізнання, самовираження, саморозвитку, а й функцію встановлення гармонійних відносин з учнями, колегами, батьками.

У цьому аспекті вважаємо доцільним згадати технологію, описану В. Шепель, самопрезентації керівника, якою він має володіти [16]:

1. Візуалізація образу, що складається з трьох компонентів:

- фейсбїлдінг (гігієна та корекція обличчя, макіяж, підбір зачіски, гігієна волосся);
- кінесика (пластичність тіла, елегантність поз, міміки, жестів і манер, турбота про здоров'я тіла);
- стиль одягу (наслідування сучасним тенденціям моди, вміння носити одяг, використання аксесуарів).

2. Комунікативна механіка:

- закріплення свого вигляду в психологічному просторі (за допомогою обміну інформацією (комунікативна сторона спілкування), емоціями (перцептивна) та взаємодії з партнером (інтерактивна)).

3. Створення «слідів пам'яті» в особистості, на яку впливає керівник у вигляді яскравих вражень від спілкування і зовнішнього вигляду партнера.

4. Формування позитивної установки на себе і продовження контактів.

Отже, для того, щоб бути повноцінним фахівцем і виглядати таким перед оточуючими, як у професії, так і поза нею, фахівець повинен вміти гідно представляти себе і свою професію. Адже вимоги професії з усього різноманіття проявів характеру людини виділяють ті, які визначають успіх професійної діяльності.

Поняття іміджу близьке до поняття персоніфікації. Проте воно включає не тільки природні властивості особистості, але й спеціально створені. Крім того, воно говорить як про зовнішній вигляд, так і про внутрішній світ, про психологічний тип людини.

Вважаємо, що складовими іміджу менеджера освіти є зовнішня та внутрішня компоненти. Зовнішню складову характеризує зовнішність, тобто - це візуальні характеристики (від взуття до зачіски, включаючи міміку, манери, костюм, ходу, голос, жести, діловий етикет та ін.); внутрішню – менталітет, тобто напрям думок, інтелект, професіоналізм, інтереси, цінності, тобто, це все те, що відноситься до душі і розуму. Для менеджера освіти внутрішня складова – це стиль ведення справ, укладення договорів, формована політика освітньої установи.

Дуже важливо підтримувати позитивний імідж, але побудований не тільки на зовнішньому вираженні, а й на особистісних якостях. Причому, особистісний імідж в освітній сфері виступає як база, а зовнішній – як надбудова.

Професійний успіх – це результат копійної роботи менеджера освіти над собою, а значить - і результат його ефективного іміджу.

Формування іміджу менеджера освіти включає фейсбїлдінг, кінестетику, комунікативну механіку, створення «слідів пам'яті» та формування позитивної установки на себе.

Перспективними напрямками досліджень в аспекті проблеми, яка розглядається, вважаємо організацію процесу підготовки майбутнього менеджера освіти до створення позитивного іміджу в професійній діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко Л. Образ руководителя в структуре имиджа образовательного учреждения [Электронный ресурс] / Л. Даниленко // Гильдия маркетологов. – Режим доступа : <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/obraz-rukovoditelja-v-strukture-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdenija>.
2. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 245 с.
3. Почепцов Г.Г. Как становятся президентами. Избирательные технологии XXI века / Г.Г. Почепцов. – К. : Знання, 1999. – 380 с.
4. Королько В.Г. Основы публичных рилейшнз / В.Г. Королько – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 528 с.
5. Болсун С.А. Професійний імідж керівника навчального закладу / С.А. Болсун // Менеджмент. – 2013. – № 7–9 (379–381). – С.51–55.
6. Гурчиани К.С. Структура профессионального имиджа руководителей среднего звена : дис. ... на соиск. учен. степени кандидат психологических наук, спец. : 19.00.05 «Социальная психология» / Гурчиани Камила Сергеевна. – Ярославль, 2011. – 190 с.
7. Кобзева В. Внутренний имидж руководителя [Электронный ресурс] / В. Кобзева // Бизнес без проблем – Персонал. – 2004. – №3. – Режим доступа : <http://kobzeva.ru/art/29>.
8. Коханенко А.И. Имидж рекламных персонажей / А.И. Коханенко. – М. : МарТ ; Ростов н/Д : МарТ, 2004. – 143 с.
9. Фадеева Е. Круглый стол: управление репутацией компании через репутацию руководителя / Е. Фадеева, Ю. Блинков, А. Пронюшин, А. Ивченко, А. Смолякова // Пресс-служба. – 2008. – №4 – С. 24.
10. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный – М. : Владос, 2004. – 265 с.
11. Головащенко В. Компетентность и имидж руководителя [Электронный ресурс] / В. Головащенко // Интернет, бизнес и экономика. – 2013. – Режим доступа : <http://8cent-emails.com/kompetentnost-imidzh-rukovoditelja>.
12. Ховрич М.О. Імідж директора як складова частина іміджу навчального закладу [Электронный ресурс] / М.О. Ховрич, Н.Я. Ховрич // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. – 2011. – Випуск 88. – Режим доступа : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vchdpu/ped/2011_88/Hovrich2.pdf.
13. Панфилова А.П. Развитие позитивного имиджа магистра в контексте обучения самопрезентации / А.П. Панфилова // Человек и образование. – 2010. – № 4 (25). – С.44–48.
14. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія : посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2008. – 456 с.
15. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия : учебное пособие / В.Г. Горчакова. – М. : Академический проект, 2007. – 400 с.
16. Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология / В.М. Шепель. – М. : Дом педагогики, 2000. – 357 с.

REFERENCES

1. Danilenko L. Obraz rukovoditelja v strukture imidzha obrazovatel'nogo uchrezhdenija [Elektronnyj resurs] / L. Danilenko // Gil'dija marketologov. – Rezhim dostupa : <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/obraz-rukovoditelja-v-strukture-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdenija>.
2. Shepel' V.M. Imidzhelogija: sekrety lichnogo obajanija / V.M. Shepel'. – Rostov-na-Donu : Feniks, 2006. – 245 p.
3. Pohepcov G.G. Kak stanovjatsja prezidentami. Izbiratel'nye tehnologii XXI veka / G.G. Pohepcov. – K. : Znannja, 1999. – 380 p.
4. Korol'ko V.G. Osnovy pablik rileyshnz / V.G. Korol'ko – M. : Refl-buk, K. : Vakler, 2000. – 528 p.
5. Bolsun S.A. Profesijnij imidzh kerivnika navchal'nogo zakladu / S.A. Bolsun // Menedzhment. – 2013. – № 7–9 (379–381). – P.51–55.
6. Gurchiani K.S. Struktura professional'nogo imidzha rukovoditelej srednego zvena : dis. ... na soisk. uchen. stepeni kandidat psihologicheskikh nauk, spec. : 19.00.05 «Social'naja psihologija» / Gurchiani Kamila Sergeevna. – Jaroslavl', 2011. – 190 p.
7. Kobzeva V. Vnutrennij imidzh rukovoditelja [Elektronnyj resurs] / V. Kobzeva // Biznes bez problem – Personal. – 2004. – №3. – Rezhim dostupu : <http://kobzeva.ru/art/29>.
8. Kohanenko A.I. Imidzh reklamnyh personazhej / A.I. Kohanenko. – M. : MarT ; Rostov n/D : MarT, 2004. – 143 p.
9. Fadeeva E. Kruglyj stol: upravlenie reputaciej kompanii cherez reputaciju rukovoditelja / E. Fadeeva, Ju. Blinkov, A. Pronjushin, A. Ivchenko, A. Smoljakova // Press-sluzhba. – 2008. – №4 – P. 24.
10. Kaljuzhnyj A.A. Psihologija formirovanija imidzha uchitelja / A.A. Kaljuzhnyj – M. : Vlados, 2004. – 265 p.
11. Golovashhenko V. Kompetentnost' i imidzh rukovoditelja [Elektronnyj resurs] / V. Golovashhenko // Internet, biznes i jekonomika. – 2013. – Rezhim dostupa : <http://8cent-emails.com/kompetentnost-imidzh-rukovoditelja>.
12. Hovrich M.O. Imidzh direktora jak skladova chastina imidzhu navchal'nogo zakladu [Elektronnyj resurs] / M.O. Hovrich, N.Ja. Hovrich // Visnik Chernigivs'kogo nacional'nogo pedagogichnogo universitetu. Serija : Pedagogichni nauki. – 2011. – Vipusk 88. – Rezhim dostupu : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vchdpu/ped/2011_88/Hovrich2.pdf.
13. Panfilova A.P. Razvitie pozitivnogo imidzha magistra v kontekste obuchenija samoprezentacii / A.P. Panfilova // Chelovek i obrazovanie. – 2010. – № 4 (25). – P.44–48.
14. Orban-Lembrik L.E. Social'na psihologija : posibnik / L.E. Orban-Lembrik. – K. : Akademvidav, 2008. – 456 p.
15. Gorchakova V.G. Prikladnaja imidzhelogija : uchebnoe posobie / V.G. Gorchakova. – M. : Akademicheskij proekt, 2007. – 400 p.
16. Shepel' V.M. Chelovekovedcheskaja kompetentnost' menedzhera. Upravlencheskaja antropologija / V.M. Shepel'. – M. : Dom pedagogiki, 2000. – 357 p.