

◆
Дмитрий Владимирович Качалов
г. Екатеринбург

Формирование профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров технического вуза

Актуальность формирования профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров связана с происходящими изменениями в социальном заказе общества на специалистов, обладающих компетентностями и осознающими Я-образ выбранной профессии.

Статья посвящена проблеме формирования профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров. Основная задача исследования заключена в определении содержания понятия профессиональный имидж, выявлении его ключевых составляющих, характеристике продуктивных форм формирования искомого качества. В содержании статьи актуализируются возможности применения педагогического интенсива как продуктивной формы организации процесса формирования профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров технического вуза; представлена содержательно-процессуальная характеристика педагогического интенсива (интенсивного практикума), функции педагогического интенсива; образовательные, деятельностные, информационные, возможности педагогического интенсива, оказывающие влияние на сформированность профессионального имиджа будущих менеджеров.

Предложенная структурно-процессуальная характеристика педагогического интенсива может быть полезной при формировании профессионально-личностных качеств в образовательной среде вуза.

Ключевые слова: имидж, профессиональный имидж, педагогический интенсив, интенсивный практикум, формирующие блоки педагогического интенсива.

Dmitriy Vladimirovich Kachalov
Yekaterinburg

Formation of the professional image of technical university students – future managers

The relevance of the formation of the professional image of students – future managers is associated with the ongoing changes in the social order of society for specialists with competencies and aware of the Self-image of the chosen profession.

The article is devoted to the problem of forming the professional image of students – future managers. The aim is to determine the content of the concept of professional image, its key components, to identify productive forms of formation of the desired quality. The content of the article actualizes the possibilities of using a pedagogical intensive as a productive form of organizing the process of forming the professional image of students of a technical university - future managers; The article presents the substantive and procedural characteristics of the pedagogical intensive (intensive workshop), the functions of the pedagogical intensive: educational, activity, informational, prognostic, influencing the formation of the professional image of future managers.

The proposed structural and procedural characteristics of the pedagogical intensive can be useful in the formation of professional and personal qualities in the educational environment of the university.

Keywords: image, professional image, professional image of law enforcement officers, intensive workshop.

Введение. Актуальность проблемы профессионального имиджа будущих менеджеров обуславливается социальной значимостью профессии менеджера, несущего ответственность за выполнение работы персоналом управляемой сферы, от менеджера напрямую зависит эффективность деятельности организации, зависит качество выполняемой работы, правильно выстроенная организация труда.

Специалистам в области управления в социальных и экономических системах – менеджерам необходим образ профессионала, отражающий его профессиональный имидж. В связи с этим встает задача, решение которой связано с созданием образовательной среды вуза для осуществления процесса формирования профессионального имиджа будущих менеджеров, определения специфики данного процесса.

Проблема формирования профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров еще недостаточно систематизирована, процесс формирования носит стихийный характер. В

связи с этим необходим поиск путей и средств формирования имиджа на этапе профессиональной подготовки специалистов в вузах.

В настоящее время нет единого общепринятого понятия профессиональный имидж. В самом общем понимании профессиональный имидж определяется как представление о человеке как о субъекте определенной профессиональной деятельности, это собирательный образ профессионала, профессиональный стереотип, который близок к идеалу [11, С. 89]; это такой образ, в котором проявляется особенность профессии, образ, который воспринимается адресантами; это такие черты и качества, которые в совокупности составляют представление о профессиональных способностях, и в котором наличествует компетентность личности в конкретной профессии [15, С. 28-29]; в аспекте социума это образ-представление о профессионале (специалисте), демонстрирующий достижение субъектом-прообразом профессионально-

значимых целей [7, С. 33]; это демонстрация делового имиджа, а со стороны воспринимающих профессиональный имидж в его деловых составляющих создает впечатление о деловых и профессиональных качествах личности [6, С. 26].

Исследователи подходят к пониманию профессионального имиджа менеджера с различных позиций.

Исследуя качества руководителя, специалиста в сфере управления, В.Г. Горчакова указывает, что имидж руководителя включает качества, которые ассоциируются с определенной индивидуальностью личности, обладают определенной значимостью. Соотносятся с личностной и профессиональной характеристикой, определяющих деловой успех [2, С. 133].

В контексте представления о человеке Б.Д. Парыгин указывает, что в профессиональном имидже выделяются качества, которые определяют характерные черты имиджа менеджера, и, которые отличают его имидж от других руководителей [9].

Обращаясь к решению проблемы формирования профессионального имиджа будущего специалиста, Л.М. Семенова подчеркивает, что в его структуре находит отражение совокупность интегративных знаний и умений, мышления и направленности личности, в основе которых осознание осуществления профессиональной деятельности [12, С. 134].

Как многофакторный феномен имидж А.Н. Жмыриковым описывается через наличие многослойных структур (образование, хобби и пр.) которые необходимо менеджеру заполнять. Автор подчеркивает, что профессиональный имидж должен соотноситься с требованиями, отражающими важные профессиональные качества [4, С.123].

А.Ю. Панасюк пришел к выводу, что в профессиональном имидже оправдываются ожидания общества, окружающих к образу специалиста, который должен соотноситься качествами «представителей данной профессии» [8, С. 89].

Профессиональный имидж руководителя должен обладать социальными, эстетическими, психологическими ценностями, означающими социальной значимостью в деятельности профессионала, складывается профессиональный имидж и от того впечатления, которое руководитель производит на тех, кто его окружает [13, С. 91].

Обобщение характеристик профессионального имиджа дает представление о нем как гармоничном сочетании качеств, среди которых выделяется компетентность, квалифицированные действия в рамках профессии. Это, по сути, образ, который включает профессиональные знания, умения и опыт, специфические личностные качества,

важные в достижении высокого профессионального мастерства [14, С. 98; 12].

Как сложное образование профессиональный имидж обуславливается социально-психологическим контекстом, в котором пересекаются «Я – образ» реальный и «Я – образ» идеальный, проецируемые на вопросы «Какой я и каким хочу себя видеть, каким меня видят другие?», последнее направлено на тех, с кем человек вступает во взаимодействие [3, С. 63-68.].

Важным, как указывает Н.П. Болотова, рассматривать профессиональный имидж с позиции внешнего образа, то есть, внешний вид, одежда и другие признаки; автор придает значение вербальному имиджу, в котором выделяются тембр и темп голоса, логичный стиль речи; неотъемлемым считается и невербальный имидж, выражающийся жестами, мимикой; ментального имиджа автором акцентируется как обязательное сложившееся профессиональное и социально-значимое мировоззрение, ценности, убеждения и этические установки [1, С. 20-21].

В контексте нашего исследования под профессиональным имиджем менеджера примем определение касемо формирования данного личностного образования у студентов-будущих менеджеров: это совокупность профессионального самосознания, навыков и умений самопрезентации, внешний облик, культура речи, профессионализм, понимание и оценка собственного Я в профессиональной деятельности.

Исходя из определений профессионального имиджа как целенаправленно оформленного образа в его структуре значатся как личностные, социальные имиджевые характеристики, морально-личностные, интеллектуальные, компетентностные, этические, профессионально-важные качества.

Дополнительными имиджевыми составляющими являются и названные выше, внешний образ, вербальные и невербальные характеристики менеджера, социально-значимые качества – мировоззренческие позиции, профессиональные и социальные ценности, коммуникационность, обладание глубокими специальными знаниями в сфере профессиональной деятельности.

Содержательные составляющие указанных характеристик профессионального имиджа менеджера не возникают стихийно, вне специально организованного процесса и в этом аспекте требуется выбор стратегии, обеспечивающей смыслообразующий фактор содержательного наполнения процесса формирования профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров в образовательной среде вуза; поиск путей и средств для достижения значимого результата в формировании профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров; требуется определение организационных форм,

методов, выступающих практико-ориентированной тактикой формирования исследуемого качества.

Цель данного исследования, изложенного в содержательном наполнении статьи, определяется как выявление функциональных, дидактико-педагогических возможностей педагогического интенсива в формировании профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров.

Цель определяет решение следующих *задач*: выявить структурные составляющие профессионального имиджа менеджера, охарактеризовать педагогический интенсив как активную организационную форму, ее структуру и логику.

Исследовательская часть. Формирование профессионального имиджа должно ориентировать будущих менеджеров на складывающийся в сознании окружающих образ на основе учебно-профессиональной информации, информации, поступающей из разных источников, из персонально-групповых контактов носителей профессионального имиджа, организационных форм учебной деятельности.

Одной из продуктивных форм формирования профессионального имиджа будущих менеджеров в образовательной среде вуза мы выделяем педагогический интенсив.

Прежде чем описать содержательно-структурную характеристику педагогического интенсива, обозначим его дидактико-педагогические функции.

Нами выделены следующие функции педагогического интенсива в формировании профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров технического вуза:

- **функция событийного насыщения** – означает, что в содержании педагогического интенсива акцентируется внимание на решении ситуаций, связанных с событиями профессионально-имиджевой направленности, события, которые характеризуются конкретной направленностью на профессиональную деятельность будущего менеджера, поддерживают понятийно-эмоциональную сферу студентов в процессе решения ситуаций;

- **функция «напряжения и усиления»** означает, что в процессном определении педагогического интенсива заложена возможность создания для студентов активной и напряженной активной деятельности;

- **функция сотрудничества** и активного взаимодействия, выраженная в совместной деятельности преподавателя и студентов, за счет чего поддерживается и востребуется интеллектуальный и эмоциональный потенциал;

- **функция образовательно-формирующая**, определяющая необходимость структурной, содержательной и процессуальной организации познавательного процесса, нацеленного на формирование у будущих менеджеров ценностных установок к обучению, как

необходимому для овладения имиджевыми составляющими профессиональной деятельности менеджера, установки на овладение необходимыми результатами, результатами.

Нам близка позиция А.В. Качалова, рассматривающего педагогический интенсив как прогрессивную форму организации образовательного процесса, как форму, создающую возможности для пробуждения у студентов интереса, для формирования собственной точки зрения на изучаемое, условия для эффективного усвоения изучаемого материала.

Обосновывая структуру и логику педагогического интенсива автор характеризует их через обязательное ресурсное обеспечение, включающее дидактические материалы, цифровые ресурсы; считается необходимым создание дидактико-формирующих сценариев, «погружение в содержание изучаемого, погружение в моделируемые образовательные события профессионально-ориентированного содержания. отражающих специфику и механизмы управления познавательной деятельностью студентов и обеспечивающих практико-ориентированный подход; рефлексивность обозначается как обязательный компонент педагогического интенсива [5].

Проецируя педагогический интенсив в организационно-дидактический формат формирования профессионального имиджа будущих менеджеров, мы приняли структурный конструкт, состоящий из следующих блоков:

- **блок дидактико-педагогического сопровождения** (тексты учебных пособий, методические предписания, консультации, банк профессионально-ориентированных ситуаций, требующих решения в аспекте профессионального имиджа);

- **ресурсный блок** (учебно-методические ресурсы, цифровые ресурсы);

- **теоретический блок** (погружение в изучаемую тему (доклады, творческие сообщения, информативные презентации, отражающую специфику формируемого качества – профессиональный имидж);

- **практико-ориентированный блок** (включенность студентов в решение моделируемых сценарных ситуаций, погружение в профессионально-имиджевые события, видеодемонстрации профессионального имиджа, персонально-групповые контакты с носителями профессионального имиджа менеджера;

- **рефлексивный блок** (вхождение в рефлексивную позицию, прогнозирование и коррекция).

Процессуально-содержательными характеристиками педагогического интенсива в качестве прогрессивной формы и средства формирования профессионального имиджа будущих менеджеров, нами выделены

уплотненный режим вхождения студентов в «модельное поле» профессионального имиджа, интенсивность достижения цели каждого практико-ориентированного формирующего блока интенсива.

В адрес педагогического интенсива, как оправданной организационной формы и средства формирования профессионального имиджа будущих менеджеров проецируются кроме методико-формирующих функций (событийного насыщения, сотрудничество, напряжения, образовательно-формирующая), его общепедагогические функции:

- образовательная (информационно-теоретическое обогащение формируемых знаний);
- ориентационно-деятельностная (определение деятельности, демонстрирующей профессионально имиджевую модель менеджера, «обыгрывание» профессионально-имиджевых ситуаций);
- информационная (обогащение имеющихся знаний, устранение содержательно-знаниевых пустот);
- прогностическая (прогнозирование и планирование достижения результата при решении профессионально ориентированных ситуаций).

Реализация и внедрение педагогического интенсива осуществляется посредством реализации его блоков.

Цель теоретического блока: формирование представлений о формировании имиджа современного менеджера, стимулирование студентов к желанию соответствовать имиджевым характеристикам человека и профессионала. Тематическое наполнение блока включает: Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж. Профессиональный имидж. Структура профессионального имиджа. «Образ-Я профессионала» в структуре профессионального имиджа.

Теоретический блок носит плано-последовательный характер и темы, обязательные для усвоения студентами теоретических основ профессионального имиджа «заклучены в формат» программы. Программа содержит не только перечень тем, но и виды деятельности студентов во время проведения педагогического интенсива, но и методические рекомендации для самостоятельной подготовки.

В практико-ориентированном блоке делается акцент на модели конкурентоспособного менеджера, его качественных характеристиках (внешний облик, вербальные и невербальные коммуникации, деловой образ-Я). Важно, чтобы студенты осознавали, что профессиональный имидж менеджера неотделим от теоретических знаний, на которых конструируется конкурентоспособный имидж менеджера, от сформированных практических умений (деловой

диалог, поведенческая техника, ведение переговоров и др.).

Практико-ориентированный блок включает:

- задания на узнавание, например, по предложенным фотографиям студенты определяют профессию, статус человека;
- предлагаются задания: с опорой на витальный опыт (привести примеры из собственной жизни о роли имиджа в социуме);
- задания на экстраполяцию и перенос (студенты выступают с докладами «Внешнее впечатление, деловые качества», «Как сделать благоприятным первое впечатление о себе», после заслушивания докладов студентам предлагается сравнить, что из содержания присутствует в их образе;
- задания, связанные с выбором модели поведения (предлагаются варианты делового поведения в однотипных ситуациях);
- задания прогнозирования речевой культуры в профессиональном имидже (выбрать речевую стратегию и тактику, содержание речевого события);
- задания проблемно-тематического содержания, на расширение, углубление знаний о типах профессионального поведения и деятельности личности, влияющие на положительный имидж менеджера (методические указания по технологии совершенствования имиджа менеджера).

В практико-ориентированном блоке предусмотрена:

- работа с банком кейсов, ситуационных задач, при решении и анализе которых студенты определяют профессиональный Я-образ менеджера;
 - составление эссе (тему формулирует сам студент на основании выданного ему задания);
 - задания по анализу фильмов и литературных произведений, которые отражают образ руководителя (выделение компонентов положительного профессионального имиджа, составление реального портрета персонажа).
- Необходимым явились задания, ориентирующие на создание имиджа менеджера:
- задания на отработку внешнего вида (одежда, стиль одежды, походка);
 - задания на отработку деловых возможностей голоса как инструмента успеха в деловых отношениях менеджера;
 - задания, направленные на усвоение позиций, связанных с этикетом менеджера, деловых отношений и другие.

Также в описываемом блоке эффективными оказываются видеосъемки, которые позволяют студентам осуществить самоанализ своего имидж-образа, наметить коррективы.

Рефлексивный блок направлен на осознание студентами себя в условиях профессиональной деятельности, складывающимся под воздействием личного опыта и мнением

персонала о продуктивном выполнении профессиональных функций, и отношения к ним в целом.

Рефлексивный блок включает следующие взаимосвязанные элементы: цель, задачи, формирование установок, способностей, утверждение позиции студентов относительно своего «Я».

При проведении педагогического интенсива как ресурса в формировании профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров технического вуза учитывалась необходимость создания ситуаций, в которых студент может определить свою ресурсную карту в достижении приобретения основных компонентов формируемого имиджа. Это и постановка студентом цели и задач, анализ и определение своих возможностей; создание ситуаций, в которых студент может самореализоваться. При этом важным является оказание педагогической поддержки студентам в выборе варианта решения проблем.

Важными являются созданные при этом педагогические условия, в качестве которых нами выделены:

- опора на ресурсы личности студентов, индивидуальных особенностей;

- акцентирование на составляющих частях образа-Я в структуре профессионального имиджа менеджера;

- востребование и развитие личностных качеств студентов, которые направляют позитивное отношение к имиджу как собственной позиции в будущей профессиональной деятельности;

- включение в содержание блоков педагогического интенсива ситуаций, позволяющих «примерить на себя» образ менеджера в сфере управления в социальных и экономических системах;

- в практико-ориентированном блоке осуществление персонально-групповых контактов с практикующими менеджерами, которые позволяют проецировать на себя Образ-Я менеджера, видеть позитивное в структурных элементах позитивного профессионального имиджа.

Основные принципы внедрения педагогического интенсива в формировании профессионального имиджа будущих менеджеров опираются на следующие положения:

- педагогический интенсив осуществляется в образовательной среде вуза, предусматривающей аудиторную и внеаудиторные формы работы;

- педагогический интенсив строится на активном взаимодействии студентов и преподавателей, студентов и студентов, требует использования современных интерактивных средств, приемов раскрытия и обогащения материала профессионально-имиджевого содержания менеджера;

- сопровождение процесса формирования профессионального имиджа будущих менеджеров учебно-методическими материалами, соблюдать принцип доступности к информационным источникам.

Практическим значением педагогический интенсив наделяется во время «выездных» практикумов, организуемых в условиях созданной профессионально-ориентированной имиджевой площадки. Это означает, что во время таких «выездов» студенты «погружаются» в непосредственный контакт с профессиональной деятельностью – посещают деловые переговоры, производственные совещания, коммуникативные диалоги менеджера с персоналом; фиксируют ключевые позиции в практической реализации элементов профессионального имиджа.

После возвращения в вуз студенты приступают к работе с проектами, например, разрабатывают проект «Деловая переписка как показатель позитивного имиджа менеджера», проект «Визитная карточка менеджера».

Перед внедрением педагогического интенсива проводится беседа – опрос по выявлению позитивных эмоций в отношении профессии и имиджа современного менеджера; пишут творческие работы: «Имидж менеджера и способы его улучшения».

Кроме того, для выяснения трудностей в приобретении имиджевых составляющих студенты выполняют аналитические работы, например, анализ основных аспектов лидерства менеджера, конфликтность в менеджменте, культура общения как показатель имиджа менеджера, этико-психологические качества современного менеджера и другие.

На заключительном этапе педагогического интенсива студенты демонстрируют теоретические знания, обогащенные за счет изучения тем, посвященных профессиональному имиджу менеджера, выступают с докладами, раскрывающими специфику профессионального имиджа, разрабатывают сюжеты ситуаций, в которых происходят события, отражающие практику демонстрации профессионального имиджа менеджера, привлекают одноклассников к анализу предлагаемых срежиссированных ситуаций, готовят презентации, в которых раскрывается логика поведенческой модели позитивного имиджа менеджера.

Завершающим является защита проектов. Так, студенты представляют такие проекты как, «Имидж современного менеджера», «Формирование собственного профессионального имиджа менеджера»; защита информационных буклетов, содержание которых освещает характеристики профессионального имиджа менеджера, например буклет «Имиджевая коммуникация» менеджера и другие.

Весь цикл педагогического интенсива формирования профессионального имиджа

студентов-будущих менеджеров находится под педагогическим сопровождением.

На начальном этапе задача педагогического сопровождения заключена в подготовке студентов к погружению в педагогический интенсив

На стадии процессуального практико-ориентированного погружения в содержание педагогического интенсива педагогическое сопровождение заключено в подготовке текстов, учебных пособий, методических разработок, в методико-дидактическом аспекте это диалоги, объяснение, иллюстрации.

Деятельность преподавателя в педагогическом сопровождении заключена в поддержке студентов при разработке проектов, ресурсных карт личной рефлексии, проведение групповых и индивидуальных консультаций, алгоритмическом предписании при выполнении учебных, творчески заданий.

Деятельность студентов в рамках педагогического интенсива при педагогическом сопровождении со стороны преподавателя включает:

- разработка ресурсных информационных карт для усвоения теоретического материала (подбор учебных, научных источников по изучаемой теме, сбор практического материала);
- изучение литературных источников, справочников, учебных материалов, материалов лекций;
- выполнение заданий (практических, проблемно-поисковых, практико-аналитических);
- разработка проектов, презентаций, рекомендаций;
- самостоятельный поиск банк-информативных событий по демонстрации профессионального имиджа менеджера;
- активное участие в работе педагогического интенсива (выступление с докладами, творческими сообщениями и др.).

В целом следует отметить, что педагогическая деятельность в рамках педагогического интенсива вносит дополнения в классические виды педагогической деятельности тактиками педагогического сопровождения (помощь, поддержка, ориентация на результат).

Анализ ответов показал, что 58% студентов испытывают гордость за свою будущую профессию. В то же время профессиональный имидж определяется ими с позиции событийного повествования. Чаще всего студенты называли такие качества, как чувство долга, эрудированность, стрессоустойчивость, оперативность.

Этим определилась необходимость проведения педагогического интенсива и изучение его влияния на формирование компонентов профессионального имиджа будущих менеджеров. 72% опрошенных студентов перед введением педагогического интенсива утвердительно отмечали на необходимость формирования знаний, умений, направленных на позитивный профессиональный имидж.

По завершению серии занятий педагогического интенсива студентами в моделируемой профессиональной ситуации показательными явились умения демонстрировать модель имиджевого поведения менеджера.

Заключение. Подводя итоги необходимо отметить, что, имидж менеджера есть создаваемое визуальное впечатление о нем как руководителе. Ядро профессионального имиджа будущего менеджера составляют нравственные ориентиры, профессиональные ценности и внутренний мир; поведенческие качества, ответственность, принципиальные позиции, внешний образ.

Кроме этого, в содержание профессионального имиджа включены деловые качества, профессиональные знания и умения, образующих профессионально-компетентностный компонент профессионального имиджа менеджера.

Профессиональный имидж студента-будущего менеджера, вбирая в себя названные качества выступает как их единое целое образование, находящееся в непротиворечивом взаимодействии внутренних и внешних компонентов, социальных, психологических характеристик.

Педагогический интенсив как прогрессивная форма организации процесса формирования профессионального имиджа студентов-будущих менеджеров позволяет «выстроить» этот процесс в режиме интерактивного взаимодействия, пробуждения интереса студентов к изучаемой теме, формируемому качеству, проецированию его в профессиональный аспект будущей деятельности менеджера, освоения собственной позиции, формирования личностной осознанности имиджевой компетентности.

Таким образом, использование педагогического интенсива не только целесообразно, но и создаст условия для достижения цели подготовки современного менеджера, обладающего профессиональным позитивным имиджем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Болотова, Н.П. Имидж как фактор успешной профессиональной деятельности педагога-психолога / Н.П. Болотова, Л.В. Марова. – Текст : непосредственный // Образование: прошлое, настоящее и будущее : материалы III Междунар. науч. конф. – Краснодар : Новация, 2017. – С. 20-21.

2. Горчакова, В.Г. Имидж личности / В.Г. Горчакова. – Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 3. – С. 133-138.
3. Гурчиани, К.С. Психологический анализ имиджа / К.С. Гурчиани. – Текст : непосредственный // Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 1. – С. 63-68.
4. Жмыриков, А.Н. Как победить на выборах: психотехника эффектив. проведения избират. кампании : науч.-практ. пособие / А.Н. Жмыриков. – Обнинск : Титул, 1995. – Текст : непосредственный.
5. Качалов, А.В. Педагогический интенсив как средство формирования готовности будущих руководителей образовательного учреждения к управлению экспериментальной деятельностью / А.В. Качалов. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2023. – № 2. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=32527>.
6. Константинова, В.Г. Генезис исследования проблемы формирования индивидуального профессионального имиджа в теории и практике / В.Г. Горчакова. – Текст : непосредственный // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 4. – С. 263-267.
7. Кузин, Р.Д. Профессиональный имидж / Р.Д. Кузин. – Москва : Флинта : МПСИ, 2005. – Текст : непосредственный.
8. Панасюк, А.Ю. Я – ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать ваш профессиональный имидж / А.Ю. Панасюк. – 2-е изд., испр. – Москва : Дело, 2004. – Текст : непосредственный.
9. Парыгин, Б.Д. Организационная психология: лидерство и руководство в структуре организации групповой деятельности и общения / Б.Д. Парыгин. – Москва, 2007. – Текст : непосредственный.
10. Самонова, К.В. Проблемы формирования эффективного имиджа современного специалиста / К.В. Саманова. – Текст : электронный // Психология, социология и педагогика. – 2012. – № 5. – URL: <https://psychology.snauka.ru/2012/05/569>.
11. Семенова, Л.М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда / Л.М. Семенова. – Москва : Юрайт, 2019. – Текст : непосредственный.
12. Семенова, Л.М. Структурно-функциональный блок модели профессионального имиджа специалиста по связям с общественностью / Л.М. Семенова. – Текст : непосредственный // Омский научный вестник. – 2010. – № 1. – С. 132-135.
13. Семенова, Л.В. Концепция формирования профессионального имиджа будущего специалиста по связям с общественностью : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.08 / Семенова Лидия Михайловна. – Челябинск, 2010. – 367 с. – Текст : непосредственный.
14. Тихонов, И.П. Имидж руководителя: методы формирования / И.П. Тихонов. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – Текст : непосредственный.
15. Шепель, В.М. Имиджелогия : учеб. пособие / В.М. Шепель. – Москва : Народное образование, 2002. – Текст : непосредственный.

REFERENCES

1. Bolotova N.P., Marova L.V. Imidzh kak faktor uspešnoj professional'noj dejatel'nosti pedagoga-psihologa [Image as a factor of successful professional activity of a teacher-psychologist]. *Obrazovanie: proshloe, nastojashhee i budushhee: materialy III Mezhdunar. nauch. konf. [Education: Past, present and future]*. Krasnodar: Novacija, 2017, pp. 20-21.
2. Gorchakova V.G. Imidzh lichnosti [Personality image]. *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and abroad]*, 2008, no. 3, pp. 133-138.
3. Gurchiani K.S. Psihologičeskij analiz imidzha [Psychological analysis of the image]. *Vestnik Jaroslavl'skogo gosudarstvennogo universiteta im. P.G. Demidova. Serija: Gumanitarnye nauki [Yaroslavl State University Bulletin named after P.G. Demidov. Series: Humanities.]*, 2010, no. 1, pp. 63-68.
4. Zhmyrikov A.N. Kak pobedit' na vyborah: psihotehnika jeffektiv. provedeniya izbirat. kampanii: nauch.-prakt. posobie [How to win elections: psychotechnics is effective. carrying out the election. campaigns]. Obninsk: Titul, 1995.
5. Kachalov A.V. Pedagogičeskij intensiv kak sredstvo formirovaniya gotovnosti budushhij rukovoditelej obrazovatel'nogo uchrezhdenija k upravleniju jeksperimental'noj dejatel'nost'ju [Pedagogical intensive as a means of forming the readiness of future heads of an educational institution to manage experimental activities]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya [Modern problems of science and education]*, 2023, no. 2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=32527>.
6. Konstantinova V.G. Genезis issledovaniya problemy formirovaniya individual'nogo professional'nogo imidzha v teorii i praktike [The genesis of the study of the problem of the formation of an individual professional image in theory and practice]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya [Modern problems of science and education]*, 2015, no. 4, pp. 263-267.
7. Kuzin R.D. Professional'nyj imidzh [Professional image]. Moscow: Flinta: MPSI, 2005.
8. Panasjuk A.Ju. Ja – vash imidzhmejker i gotov pomoch' sformirovat' vash professional'nyj imidzh [I am your image maker and I am ready to help shape your professional image]. Moscow: Delo, 2004.
9. Parygin B.D. Organizacionnaja psihologija: liderstvo i rukovodstvo v strukture organizacii gruppovoj dejatel'nosti i obshhenija [Organizational psychology: leadership and leadership in the structure of the organization of group activities and communication]. Moscow, 2007.
10. Samonova K.V. Problemy formirovaniya jeffektivnogo imidzha sovremennogo specialista [The problems of forming an effective image of a modern specialist]. *Psihologija, sociologija i pedagogika [Psychology, sociology and pedagogy]*, 2012, no. 5. URL: <https://psychology.snauka.ru/2012/05/569>.

11. Semenova L.M. Professional'nyj imidzhbuilding na rynke truda [Professional image building in the labor market]. Moscow: Jurajt, 2019.
12. Semenova L.M. Strukturno-funkcional'nyj blok modeli professional'nogo imidzha specialista po svjazjam s obshhestvennost'ju [The structural and functional block of the professional image model of a public relations specialist]. *Omskij nauchnyj vestnik* [Omsk Scientific Bulletin], 2010, no 1, pp. 132-135.
13. Semenova L.V. Konceptija formirovanija professional'nogo imidzha budushhego specialista po svjazjam s obshhestvennost'ju. Avtoref. dis. d-ra ped. nauk [The concept of forming a professional image of a future public relations specialist Dr. Sci. (Pedagogy) thesis]. Cheljabinsk, 2010. 367 p.
14. Tihonov I.P. Imidzh rukovoditelja: metody formirovanija [The image of the head: methods of formation]. Moscow: Laboratorija knigi, 2010.
15. Shepel' V.M. Imidzhelogija: ucheb. posobie [Imageology]. Moscow: Narodnoe obrazovanie, 2002.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Д.В. Качалов, доктор педагогических наук, профессор кафедры иностранных языков и межкультурных коммуникаций, ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения», г. Екатеринбург, Россия, e-mail: lada7.54@mail.ru.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR:

D.V. Kachalov, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Department of Foreign Languages and Intercultural Communications, Ural State University of Railway Engineering, Yekaterinburg, Russia, e-mail: lada7.54@mail.ru.