

сти на три типа: исследовательские задачи; практические задачи; педагогические задачи.

Каждый из типов задач третьего уровня требует для своего описания специфических профессиональных знаний. Для формирования этих знаний используется или экспертный метод, когда перечень профессиональных задач составляют специалисты в данной области, или педагог приобретает (или уже имеет) вторую специальность и составляет перечень профессиональных задач, рефлексируя свою собственную деятельность в новом качестве.

На основе анализа всех типов задач и исключения повторяющихся элементов строят модель деятельности специалиста. Но если готовить студентов, ориентируясь на эту модель, то ко времени окончания ими вуза модель в значительной степени устаревает. Возникает необходимость в очень сложной работе по выявлению тенденций в изменении характера задач и построении прогностической модели деятельности специалиста.

УДК 738.013.77

Факторы, влияющие на имидж профессионала

Островский С.Н.

Белорусский национальный технический университет

Имидж складывается из всей совокупности черт Вашего внешнего облика, речи, манеры поведения. Он также включает процессуальную сторону – эмоции, темп речи, восприятия и т.п. Внутренней стороной имиджа являются интеллект, эрудиция, ценности, характер. Знаменитый социолог Эрвинг Гоффманн сказал, что имидж – это искусство «управлять впечатлением».

Как бы вам ни хотелось временами этого избежать, вы не в силах воспрепятствовать тому, что передаваемые вашим имиджем сигналы будут восприниматься другими людьми. Любой человек, впервые встретившись с вами, будет так или иначе их «считывать». В ситуациях, когда первое впечатление значит максимально много, воздействие подобных сигналов оказывается наиболее сильным.

Чем увереннее человек управляет своим имиджем, тем меньше робости он будет испытывать, и тем легче ему будет реализовывать свои цели.

Основными факторами, на которые человек обращает внимание, являются следующие:

- фактор превосходства;
- фактор привлекательности;

- фактор отношения к человеку.

Фактор превосходства. Существуют две основные составляющие этого фактора, воспринимая которые мы составляем представление о человеке:

- одежда и то, что окружает человека (каково его рабочее место, какая оргтехника, мебель);
- манера поведения человека;
- поза (расслабленная, скованная и т. п.);
- речь (медленная, быстрая и т. п.);
- взгляд (прямой, уверенный и т. п.).

Фактор привлекательности. Он основан на общепринятых в данное время в данном обществе и данной социальной группе нормах.

В этом случае, чем более человек отвечает этим нормам, тем более он становится привлекательным по итогам первой встречи.

Отношение к человеку. Оценка человека по этому фактору формируется в зависимости от того, как человек смотрит на нас, как ведет разговор (слушает нас или просто «терпит» присутствие); принимает он нас как личность или нет, оказывает уважение или относится без оного...

УДК 738.013.77

Формирование имиджа при общении

Островский С.Н.

Белорусский национальный технический университет

Когда Вы впервые встречаете другого человека, яркое впечатление о нем формируется у Вас в первые несколько мгновений, а устойчивое мнение – в пределах от тридцати секунд до четырех минут. Первое впечатление очень сильно и долговременно. Но иногда, чтобы изменить первое впечатление, достаточно просто взглянуть на человека второй раз.

Иногда бывает достаточно изменить всего два-три аспекта в манере подавать себя, и производимое человеком впечатление может существенно улучшиться. Окружающие начинают реагировать на него совсем иначе, и сам человек изменяет мнение о себе в лучшую сторону. Однако часто этого бывает недостаточно, потому что причины того или иного аспекта поведения лежат не на поверхности и для изменения требуется долгая и кропотливая работа.

Понаблюдайте за собой и своим окружением: Какие слова являются ключевыми в Вашей жизни? Как Вы отвечаете на вопрос: «Как дела?» Если ответ: «Ничего», думаю, что действительно ничего важного и существенного просто не может произойти в Вашей жизни. Попробуйте вместо