

# **Имидж персонала организации**

**Невербальный имидж включает в себя все формы самовыражения человека, которые не опираются на слова. *Невербальные сигналы:***

- Подаются и оцениваются на подсознательном уровне.
- Обычно неконтролируемый сознанием кинетический язык проявляет подсознательные установки человека, его систему отношений.
- Невербальные сигналы способствуют установлению и закреплению личностных связей.
- Используя язык тела, можно «замаскировать» чувства.
- Позволяют понять истинные чувства и мысли собеседника.
- Формируют «первое впечатление»

# Невербальное общение включает в себя 5

## подсистем:

- Пространственная (*межличностное пространство*).
- Взгляд.
- Оптико-кинетическая подсистема (*внешний вид собеседника, мимика, пантомимика*).
- Паралингвистическая или околоречевая система (*вокальные качества, диапразон, тональность, тембр голоса*).
- Экстралингвистическая или внеречевая подсистема (*темп речи, паузы, смех и т.д.*).

# Виды невербальных проявлений

- Подтверждение и повторение вербального сообщения.
- Отрицание или запутывание вербального сообщения
- Усиление и акцентирование вербального сообщения, придание ему эмоциональной окраски.
- Контроль и регуляция вербального сообщения.

*Слова дают содержание, невербальная часть -*

**Мета-сообщение** - это общее восприятие «языка тела», общего настроения, общей невербальной информации. Обычно мета-сообщение выражается с помощью «прямой речи».

*В случае построения заведомо негативного типа имиджа упор делается именно на невербальные формы поведения.*



# Голова «агрессора»



*можно и даже нужно иметь голову агрессора, когда в разговоре с собеседником вы осуждаете нечто такое, к чему у собеседника отрицательное отношение*



# Голова «Властелина»



*негативное положение головы*

# Голова «Внимающего»



*большинство людей считают, что такое положение головы вызывает чувство приятного из-за внимания и уважения, которое содержит такая кинетика*



# Голова «Президента»

*Не следует иметь голову президента при общении с:*

- 1) С детьми.
- 2) С запуганными людьми.
- 3) С униженными, обиженными, оскорбленными.

*Следует иметь голову президента в тех случаях, когда надо показать свою значимость, и при этом не обидеть, не ущемить присутствующих.*



# Повороты головы демонстрируют направление интереса



# Имиджформирующая кинетика лица – это мимика



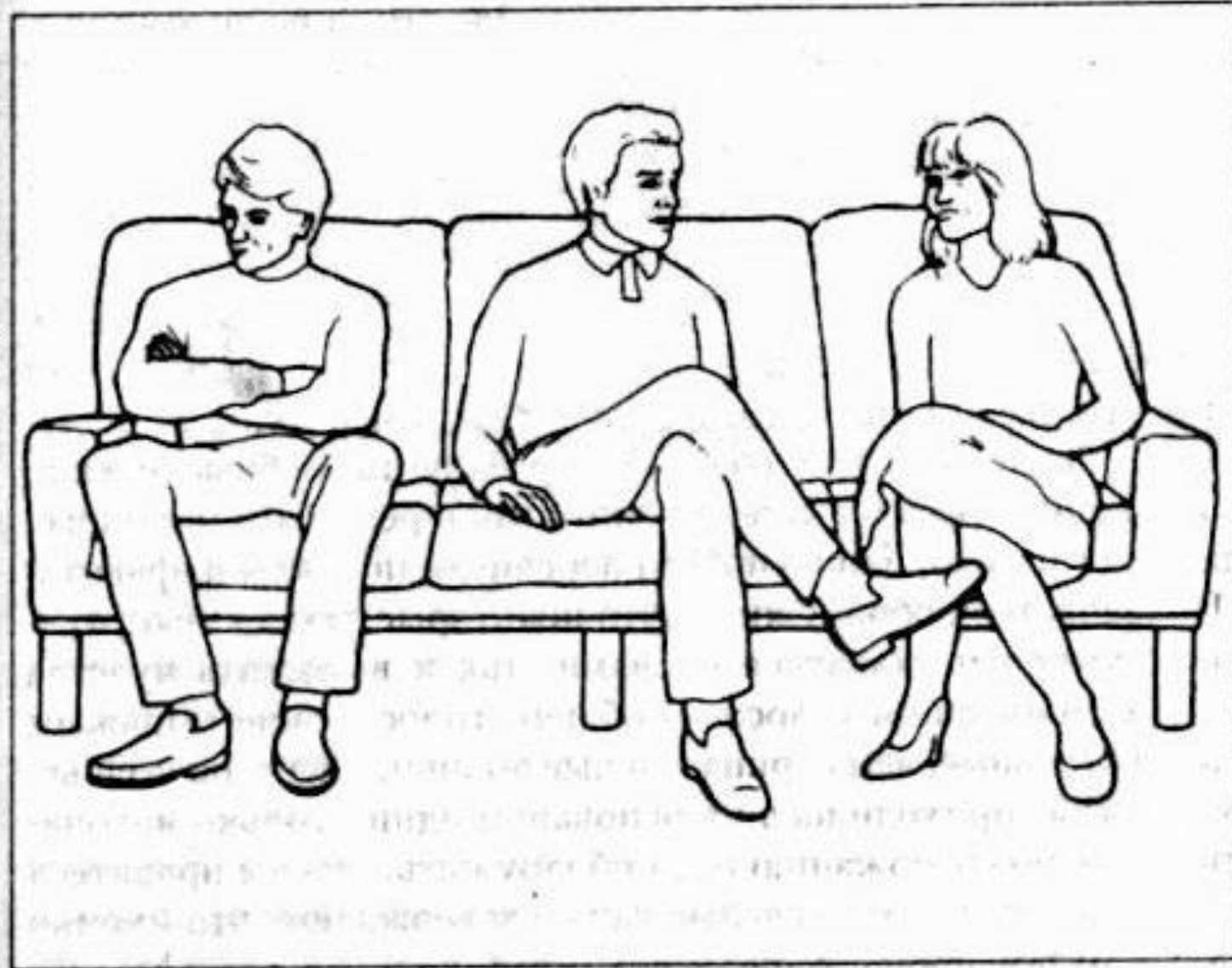
# Правила использования взгляда

- Во время общения желательно чаще смотреть в глаза, когда мы слушаем собеседника, чем когда говорим сами.
- Если смотреть в сторону, слушая собеседника и смотреть в глаза отвечая собеседнику, то создается ощущение утомленности от чужой точки зрения и словоохотливости при изложении своей.
- Если во время разговора смотреть на рот, это может быть воспринято как флирт.
- Если пристально смотреть на нос, вы можете вызвать у собеседника острое чувство дискомфорта.
- В процессе разговора можно не смотреть на собеседника, когда сознание осуществляет интеллектуальную работу.
- Контакт глазами следует поддерживать 1/3 времени коммуникации.

**Руки сложенные в замок.** *В такой позе проявляют подсознательное, а иногда осознаваемое отчуждение от ситуации.*



**Положение ног демонстрирует направление интереса** (в сочетании с поворотом корпуса, головы, направлением взгляда)



**Моноканальную Аналоговую Информации** (МКАИ) человек может продемонстрировать только всем телом (дыхание, потоотделение, голос, поза, покраснение и т.д.).

**Стереоканальная Аналоговая Информация** (СКАИ) может передаваться правой и левой сторонами человека и контролируется правым и левым полушариями (движения рук, ног, искривленная поза, наклон головы, несимметричность улыбки, большее напряжение мышц с одной стороны и т.д.).



**Психологическое пространство – это физическое расстояние между субъектами, которое определяется их осознанным или неосознанным отношением друг к другу. Чем это пространство меньше, тем теплее фактические или демонстрируемые чувства людей друг к другу.**

- область ПУБЛИЧНЫХ КОНТАКТОВ. В ней человек чувствует себя комфортно с большинством незнакомых людей.
- область СОЦИАЛЬНЫХ КОНТАКТОВ. Это то расстояние, которое человек старается держать с людьми, знакомыми, но не очень хорошо.
- область – ДРУЖЕСКИХ КОНТАКТОВ. Это то расстояние, которое человек старается поддерживать.
- область ИНТИМНЫХ КОНТАКТОВ. Отведена для возлюбленных и ближайших членов семьи.



# Волевая поза

- Чтение через плечо, стоя за спиной кого-то, в то время как он или она работает.
- Попытка наклониться над чьим-либо рабочим столом.
- Сидение за чужим рабочим столом.
- Приветствие вошедшего сидя.
- Согнутая в локте рука, поданная для рукопожатия.
- Слишком сильное рукопожатие, с причинением боли человеку.
- Разговор с вторжением на территорию собеседника.
- Курение в чужом личном пространстве.
- Выкрикивание приказов.
- Запугивание.
- Продолжение работы, когда коллега с вами разговаривает.
- Постукивание пальцами при выслушивании коллег.
- Откинувшись в кресле, положить руки за голову.
- Класть ноги на стол.
- Смотреть, не отрывая глаз любое несоответствующее прикосновение.

- Сигналы, посылаемые телом, являются утечкой информации.
- Кинетики условно делят на «позитивные» и «негативные». Условно, т.к. впечатление от кинетической продукции зависит от ситуации общения.
- К «позитивным» кинетикам относят кинетики, демонстрирующие внимание к собеседнику, доброжелательность, стандарты вежливости.
- К «негативным» кинетикам относят кинетики, выражающие агрессивные чувства и равнодушие к собеседнику, а откровенно нарушающие этические нормы.
- Конгруэнтность – это совпадение информации, идущей по разным каналам восприятия (визуальный, аудиальный, кинестетический).
- Симметричность – это совпадение право и левосторонней аналоговой информации.
- Стресс – это реакция на несоответствие.
- **Подстройкой называется заимствование элементов поведения собеседника для того, чтобы стать для него более «своим».**

**ВЕРБАЛЬНЫЙ ИМИДЖ - ЭТО МНЕНИЕ О  
ЧЕЛОВЕКЕ, КОТОРОЕ ФОРМИРУЕТСЯ НА  
ОСНОВЕ ЕГО ВЕРБАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**  
(культура общения, публичные выступления,  
доклады интервью, статьи, деловая переписка,  
умение вести беседу по телефону)

# Способы Ф.Лесли, улучшающие коммуникацию

- Прогнозировать восприятие сообщения.
- Показать заинтересованность в собеседнике.
- Делать упор на самовыражение.
- Установить связь с характеристиками, нуждами и интересами аудитории.
- Следить за соответствием вербального и невербального сообщений.

# Представители четырех репрезентативных систем

	ВИЗУАЛ		
<b>Предикаты</b>	Кажется, взгляд, яркий, перспектива, фокус, красочный	<b>Голос</b>	Высокий, звонкий, быстрый, громкий
<b>Поза</b>	Прямая, расправленная голова приподнята	<b>Направление взгляда</b>	В глаза собеседнику
<b>Тип тела</b>	Как «тощий», так и полный»	<b>Правила общения</b>	Посмотреть, чтобы услышать
<b>Форма губ</b>	Тонкие, узкие	<b>Дистанция</b>	Большая, чтобы видеть, прикосновений не любят
<b>Дыхание</b>	Верхнее	<b>Характерная черта</b>	Не хотят быть ниже собеседника
<b>Движения</b>	Немного скованные, на уровне верхней части туловища	<b>Главное слово</b>	красиво

<b>КИНЕСТЕТИК</b>			
<b>Предикаты</b>	Чувствовать, схватывать, Касание, прочный, Теплый, спокойный	<b>Голос</b>	Низкий, густой, медленный
<b>Поза</b>	Расслабленная Голова и плечи опущены. Сидит с наклоном вперед	<b>Направление взгляда</b>	Вниз
<b>Тип тела</b>	Пухлый, округлый, мягкий	<b>Правила общения</b>	Касаться важнее, чем смотреть
<b>Форма губ</b>	Пухлые, мягкие	<b>Дистанция</b>	Очень близкая, чтобы коснуться
<b>Дыхание</b>	Нижнее, брюшное	<b>Характерная черта</b>	Из стресса выходят, беря вину на себя
<b>Движения</b>	Свободные, плавные, на уровне нижней части туловища	<b>Главное слово</b>	Удобно

# АУДИАЛ

<b>Предикаты</b>	Тон, громкий, отзвук, ритмичный, Послышалось, звучит как...	<b>Голос</b>	Мелодичный, выразительный, меняющийся
<b>Поза</b>	Голова набок «телефонная поза», посадка прямая	<b>Направление взгляда</b>	Глаза опущены
<b>Тип тела</b>	Четкой зависимости нет	<b>Правила общения</b>	Чтобы услышать не смотреть
<b>Форма губ</b>	Различная	<b>Дистанция</b>	Небольшая, но предохраняются от прикосновений
<b>Дыхание</b>	Полное	<b>Характерная черта</b>	Очень многословны, нет риторических вопросов
<b>Движения</b>	Небольшие, на среднем уровне	<b>Главное слово</b>	Гармонично

## ДИГИТАЛ

<b>Предикаты</b>	Разумный, логичный, знаю, язык цифр, понимаю, функционально	<b>Голос</b>	Монотонный, прерывистый, зажатый
<b>Поза</b>	Скрещенные руки, прямая осанка, голова приподнята	<b>Направление взгляда</b>	Поверх головы или в лоб собеседнику
<b>Тип тела</b>	Мягкое, полное	<b>Правила общения</b>	Никакого зрительного контакта
<b>Форма губ</b>	Плотные, обычно поджатые	<b>Дистанция</b>	Отдаленная
<b>Дыхание</b>	Верхнее, зажатое	<b>Характерная черта</b>	При стрессе становятся сверхрациональными
<b>Движения</b>	Движений мало, застывшая поза	<b>Главное слово</b>	Функционально



# «Врата сортировки» (ВС) – жизненные ориентиры

## Человека

- **Люди** (кто?). Для представителя с такими ВС важны люди, кто и с кем. Говорит в основном о людях, предпочитает профессии, связанные с общением.
- **Действия, вещи** (что?). Такие люди обращают много внимания на вещи и предметы. Для них важны «овеществленные процессы» - действия. Слова, описывающие их, глаголы, превращенные в существительные, называются **номинализациями** (любовь, счастье, дружба, вера, надежда...). В речи употребляет много существительных, номинализаций и мало глаголов и вообще описаний процессов или последовательности действий.
- **Ценности** (зачем?). Для таких людей важны ценностные представления о мире, ценности. При разговоре он обращает внимание в первую очередь на них и говорит с этих позиций. Он пытается определить причину или смысл действий. В речи такой человек употребляет много номинализаций, но в отличие от «ВС-вещи», он говорит о том, как это важно и ценно.
- **Процесс** (как?). Для людей «ВС-процесс» очень важно, как что-либо делать. В речи это может быть представлено как некая последовательность событий.
- **Время** (когда?). Для таких людей важно время, когда что было, в какой день недели, часы, минуты. Они ориентируются на время и хорошо в нем разбираются.
- **Место** (где?). Скорее всего, этот человек с большим удовольствием будет рассказывать о местах, где он побывал или собирается побывать. Ему важно место где будет что-либо происходить, его собственное местоположение.

# Модель эго-состояний Э.Берна

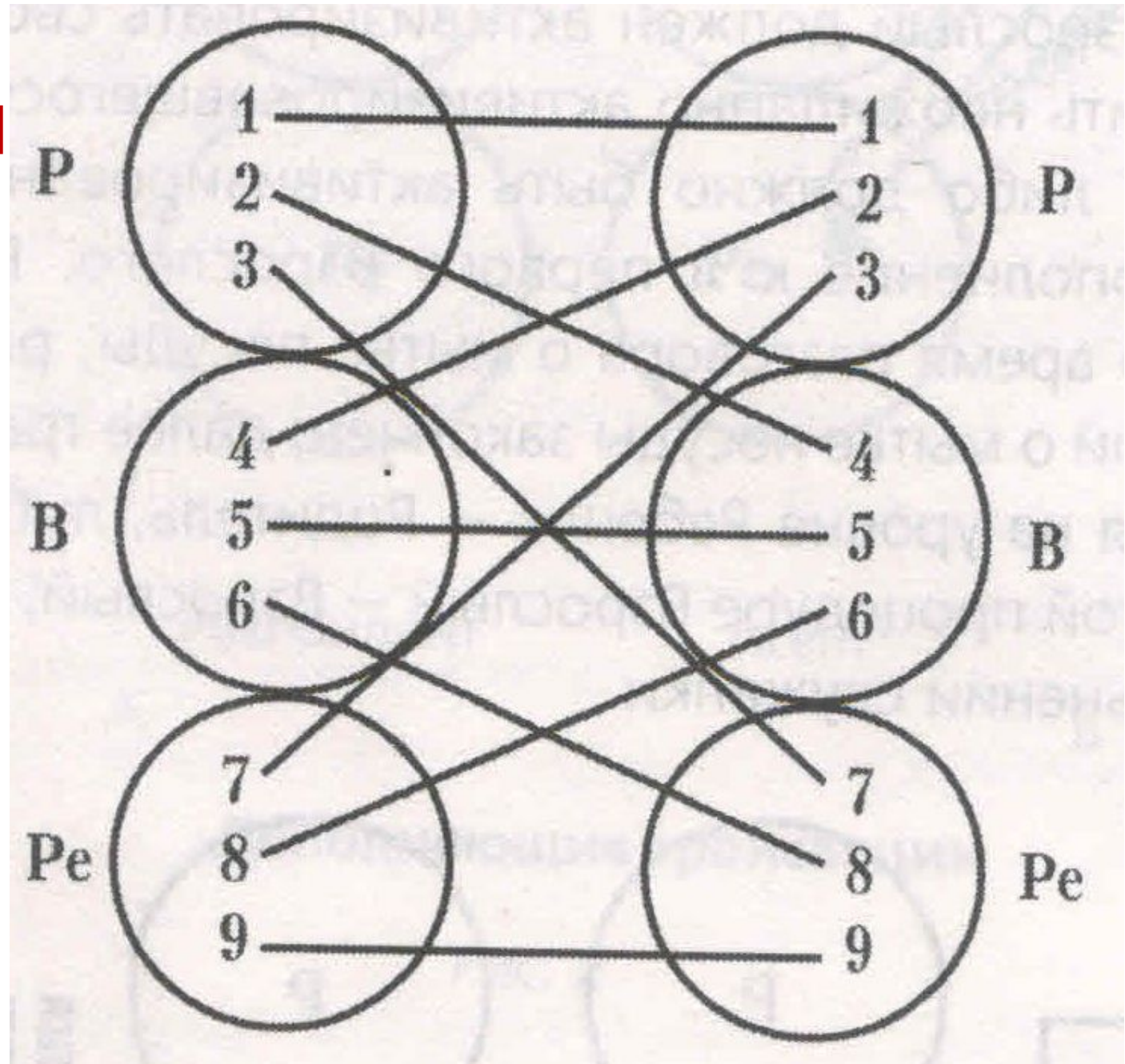
- **Родитель** – это живущая в нас система стереотипов, впитанных в детстве и воспитанных социумом, это комплекс традиций, предрассудков и норм поведения. *Девиз Родителя – «так полагается».*
- **Взрослый** – присущая в той или иной манере человеку способность к самостоятельному и непредвзятому принятию решений, объективному восприятию и взвешенному анализу ситуации. *Девиз Взрослого – «разумно».*
- **Ребенок** – спонтанное поведение, фантазия, творчество и эмоции. *Основное слово – «хочу».*

Родители-Я	Критическое поведение	Кормящее-заботливое поведение
<b>Общее поведение</b>	Автоматически оценивающее, ироничное, порицающее, наказывающее, обвиняющее, ищущее виновного, приказное, авторитарное, запрещающее, догматичное, претендующее на правоту, указывающее, как правильно, проводящее границы	Доброе, обдряющее, признательное, озабоченное, сочувствующее, защищающее, поддерживающее, советующее, помогающее, утешающее, понимающее, покровительственное, сверхзаботливое
<b>Речевые конструкции</b>	«Ты должен», «Ты не должен», «Это тебе нельзя», «Как ты только можешь», «Это следует сделать, этого не следует делать», «Сколько тебе говорить одно и то же!», «Я не позволю так с собой обращаться!», «Прекрати это сейчас же!»	«Не ломай себе голову», «не так плохо как кажется», «Не вешай нос», «Успокойся сначала», «Тебе это по силам», «Бедняга», «Хорошо получилось», «Я могу вас понять», «Выше голову», «лучше не делай этого, это может быть опасным», «Иди, я сделаю работу за тебя»
<b>Интонация, манера говорить</b>	Громко или тихо, твердо, высокомерно, насмехаясь, иронически, цинично, саркастически, остро, ясно, с нажимом	Тепло, успокаивающе, сочувственно
<b>Выражение лица</b>	Нахмуренный лоб, критический взгляд, сжатый рот, сошедшиеся на переносице или поднятые вверх брови, нос презрительно сморщен, отчужденное выражение лица	Заботливое, ободряющее, довольное, счастливое, улыбчивое, опасливо-озабоченное, любовно-заинтересованное
<b>Жесты и положение тела</b>	Поднятый вверх указательный палец, руки на бедрах, руки скрещены перед грудью, ноги широко расставлены	Протянутые руки, поглаживание по голове и др.

<b>Взрослые-Я</b>	
<b>Общее поведение</b>	Раскрепощено, по-деловому, объективно, внимательно, заинтересованно, прислушиваясь к собеседнику, без эмоций, концентрированно, собирая и перерабатывая данные, понимая друг друга по глазам, задавая открытые вопросы, выдвигая и выбирая альтернативы, независимо, сравнивая, в кооперации, задумываясь...
<b>Речевые конструкции</b>	Все вопросы, начинающиеся со слов: Что? Когда? Где? Почему? Как? Высказывания: возможно, вероятно, если сравнить с..., по моему мнению, я думаю, я полагаю, по моему опыту, я буду и пр. Все, что говорится не догматично, допускается возможность дискуссии
<b>Интонация, манера говорить</b>	Уверенно (без высокомерия), по-деловому (с личной окраской), нейтрально, спокойно, без страстей и эмоций, ясно и четко (как диктор, читающий новости)
<b>Выражение лица</b>	Лицо обращено к партнеру, открытый и прямой взгляд, взвешивающее, задумчивое, ненапряженное, внимательное, прислушивающееся к партнеру, частое изменение выражения лица в соответствии с ситуацией
<b>Жесты и положение тела</b>	Жесты подкрепляют то, что говорится, «подлаживаясь» под высказывания, корпус прямой, его положение меняется в ходе беседы, голова прямая (не наклоненная – ребенок, но и не поднятая – родитель), верхняя часть туловища слегка наклонена вперед (выражение заинтересованности)

<b>Ребенок-Я</b>	<b>Нейтральное Поведение</b>	<b>Приспосабливающееся поведение</b>	<b>Бунтарское поведение</b>
<b>Общее поведение</b>	Спонтанное, игривое, любознательное, творческое, хитрое, злорадное, воодушевленное, раскрепощенное, открытое, веселое, мечтательное, естественное.	Осторожное, боязливое, сдержанное, опасливое, думающее о последствиях, требующее одобрения, впадающее в отчаяние, беспомощное, обиженное.	Капризное, грубое, непослушное, агрессивное
<b>Речевые конструкции</b>	«Я хочу», «Прекрасно!», «Великолепно!», «Высший класс!», «Шикарно», «Мне без разницы», «Так тебе и надо»	«Я не верю в свои силы», «Я не смогу это сделать», «Я боюсь», «Если ты так думаешь...», «Почему всегда я?», «Что же мне делать?», «Я должен»	«Я этого не хочу», «Оставьте меня в покое!», «Проклятье!»
<b>Интонация, манера говорить</b>	Преимущественно громко, быстро и горячо, захлебываясь, печально	Тихо, нерешительно, прерывающимся голосом, плаксиво, подавленно, подобострастно, нудно, жалуясь, привередливо, покорно, бравирюя	Гневно, громко, упрямо, угрюмо
<b>Выражение лица</b>	Воодушевление, возбуждение, ошеломление, открытый рот, блеск в глазах, хитрость, лукавство, любопытство, печаль, слезы	Глаза опущены вниз, выражение согласия, губы, подбородок дрожат, глаза «на мокром месте», нервное, потерянное, тактичное, с оглядкой на других, онемелое	Жесткое, упрямое, отсутствующее, исподлобья
<b>Жесты и положения</b>	Напряженный или расслабленный корпус, рассеянность, свободный,	Поднимает руку, если хочет что-то сказать, опущенные плечи, склоненная	Напряженность, угрожающая поза,

# Диаграмма взаимоотношений



# Классификация людей, основанная на их различии по эмоциональности и личностному темпераменту

- **Холерик** (от греческого chole – желчь) – это экстраверт, склонный к сменам настроения, порывистый, вспыльчивый, нетерпеливый, подвержен эмоциональным срывам, агрессии, эмоционально нестабилен, беспокоен, импульсивен, переменчив, но в то же время оптимистичен. Темп речи и движения быстрые.
- **Сангвиники** эмоционально более устойчивы, уравновешены, общительны, интересуется и увлекается тем, что ему приятно, что доставляет удовольствие, но чувства его недолги и непостоянны, легковверны и доверчивы. Темп речи и движения быстрые.
- **Меланхолики** эмоциональны, пессимистичны, обидчивы, быстро утомляются, плохо переносят длительное напряжение, перегрузки и стрессы, обладают хорошей интуицией, имеют замедленный темп речи.
- **Флегматики** миролюбивы, уравновешены, малоэмоциональны, скептически, рациональны, заторможены.

# Классификация типов людей по поведению в стрессовых ситуациях

- **«Заискивающий»** старается понравиться, часто извиняется, не выражает несогласия. Он говорит так, будто ему всегда необходима поддержка других людей. Употребляет в речи ограничительные слова: *если, только, даже* и т.д. и сослагательное наклонение: *мог бы, следовало бы*.
- **«Обвиняющий»** всем недоволен, диктатор и самодур, высокомерен, как бы говорит: «*Если бы не ты – все было бы в порядке*». Голос жесткий, натянутый, часто громкий и пронзительный. Употребляет в речи кванторы всеобщности: *все, каждый, любой, всякий раз* и т.д. и вопросы в отрицательной форме: *почему вы не... как вы не...*
- **«Расчетливый»** корректен, рассудителен, спокоен, хладнокровен и собран. Голос звучит сухо и монотонно, в речи употребляются абстрактные слова. В речи опускает именные аргументы, обозначающие лицо. Использует имена без референтных индексов: *это, люди, они* и т.п. Использует номинализации: *разочарование, напряжение, беспокойство*.
- **«Отстраненный»** не дает ответа по существу, эта категория представляет собой быстрое чередование трех предыдущих



# Речевые техники, провоцирующие симпатию

- «Не говорить, а разговаривать».
- Техника заочной формы диалога .
- Техника активного использования слов – обращений.
- «Говорить, то, что хотят услышать».
- Провоцирование улыбки.
- Преодоление социального табу.

**ПАРАВЕРБАЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ  
ЯВЛЯЕТСЯ РЕЗУЛЬТАТОМ ТОЛЬКО  
УСТНОЙ РЕЧИ ЧЕЛОВЕКА и включает в  
себя такие показатели, как темп,  
громкость, интонацию, паузы в речи и  
так называемые смысловые ударения.**

**ИНТОНИРОВАНИЕ – ЭТО  
ДЕМОНСТРАЦИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ  
ГОВОРЯЩЕГО В СОДЕРЖАНИЕ  
СКАЗАННОГО ИЛИ НЕБЕЗРАЗЛИЧИЕ.**

# Функции пауз

- **Пауза как СМЫСЛОВОЕ УДАРЕНИЕ** – привлечет внимание к тому, что будет сказано, «заякорит» информацию.
- **Паузы – для осмысления только что сказанного.** Скорость поступления информации не должна превышать скорость обработки этой информации человеком.

**СУБЛИМАЦИЯ – ЭТО ЗАМЕНА КАКОЙ-  
ЛИБО СОЦИАЛЬНО НЕПРИЕМЛЕМОЙ  
ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ  
ОБЩЕПРИНЯТЫМ.**

# Габитарный имидж

*«Одежда очень многое говорит о вас. То, как вы подбираете различные предметы одежды, характеризует вас не меньше, чем ваша речь. Все в вашем костюме символично. Если вы одели футболку с логотипом Шанель, это многое говорит о вас. Но если вы надели ее с камуфляжными брюками, такой костюм говорит о вас совсем другое» Дезире Мейер*

**Классически красивым в человеке является то, что целесообразно для его жизнедеятельности.**

**•Функции одежды и макияжа:**

- 1) демонстрация природной целесообразности;
- 2) демонстрация приобщенности к определенной социальной группе, эталонной для данного человека.

**ПРИНЦИП ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ГАБИТАРНОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ОДЕЖДУ: одежда в подсознании реципиентов:**

- не должна ассоциироваться с той социальной группой, к которой аудитория имиджа относится негативно,
- должна ассоциироваться с той социальной группой, к которой аудитория имиджа относится позитивно.

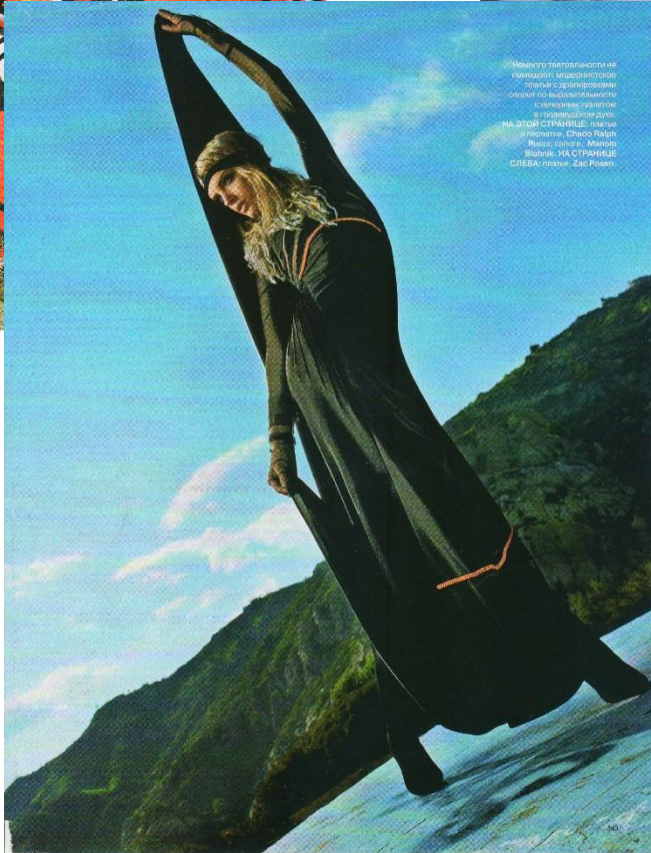
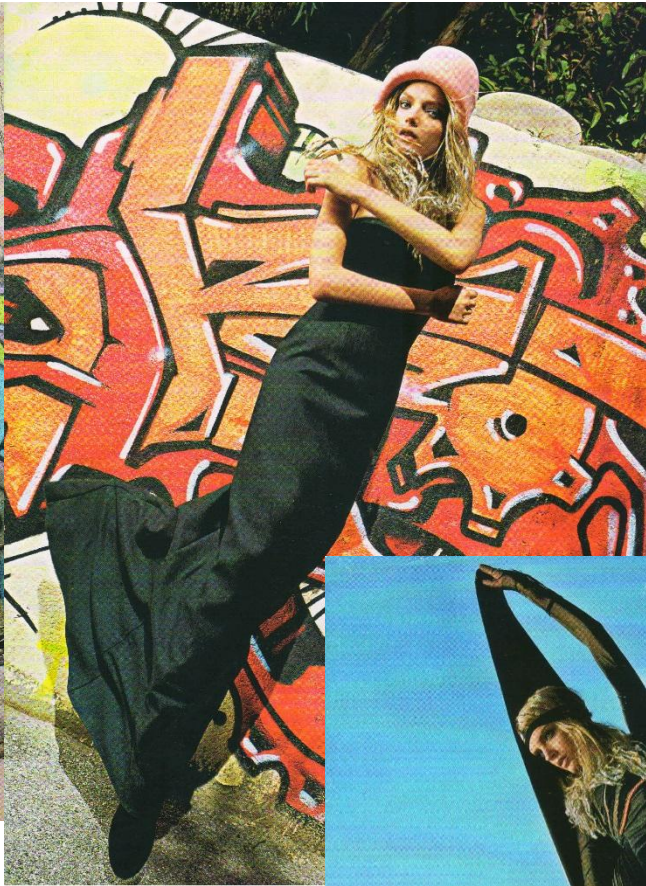
# При выборе одежды необходимо учитывать следующий набор факторов:

- ожидания аудитории;
- принятая культура;
- восприятия, связанные с профессией;
- расположение места работы;
- тип труда, его физические аспекты;
- желаемый тип имиджа;
- личный стиль, темперамент, цели и оценки, уровень амбициозности.

# Приемы формирования костюма:

- Однотонность (использование материалов одного цвета, тона и фактуры);
- Разнофактурность (использование материалов одного цвета, тона, но разных фактур);
- Разнооттеночность (игра оттенков одного цвета);
- Цветная разнооттеночность (игра оттенков разного цвета, но одного тона)
- Соотношение основного цвета и вспомогательного – 75% : 25%
- Вертикали и горизонтали
- Пропорциональность (соотношение 1/3 к 2/3)
- Несмешение пастельной и насыщенной цветовой гаммы





редакции ARABIO.RU



**DIMENSIONE danza**

**WELCOME TO THE DANCE WORLD**

Москва  
ГЭМ Красная площадь, 3 – тел. 495 620 3029  
ТЦ «Европийский»  
пл. Киевского вокзала, 1 – тел. 495 229 6198  
Донецк ул. Армена 80А – тел. 38 062 305 2170  
Официальный агент Show-room «И-Лу»  
Тел. 007 495 785 6510 [www.li-la.ru](http://www.li-la.ru)

www.dimensionedanza.com





**DIMENSIONE danza**

WWW.DIMENSIONEDANZA.COM

**WELCOME TO THE DANCE WORLD**

Москва  
ГУМ Красная площадь, 3 – тел. 495 620 3029  
ТЦ «Европейский»  
пл. Киевского вокзала, 2 – тел. 495 229 6198  
Донецк ул. Артема 80А – тел. 38 062 305 2170  
Официальный агент Show-room «Ли-Лу»  
тел. 007 495 785 6510 [www.li-lu.ru](http://www.li-lu.ru)

Реклама

Товар сертифицирован

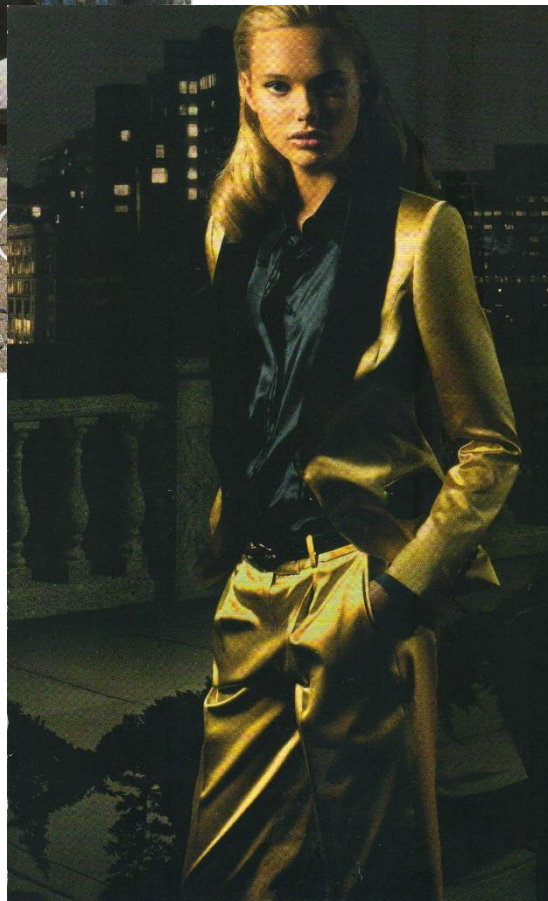
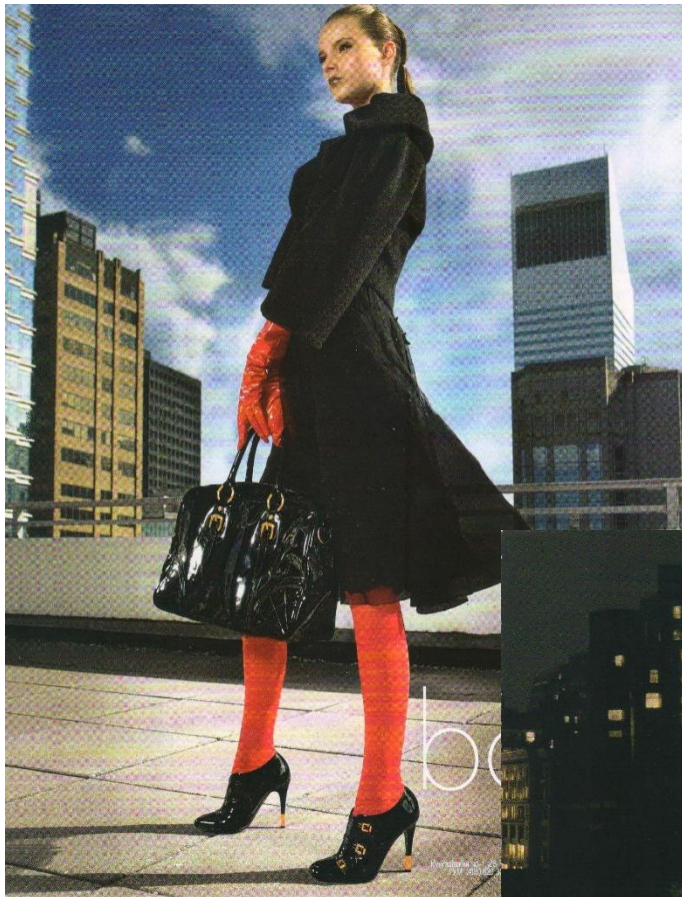
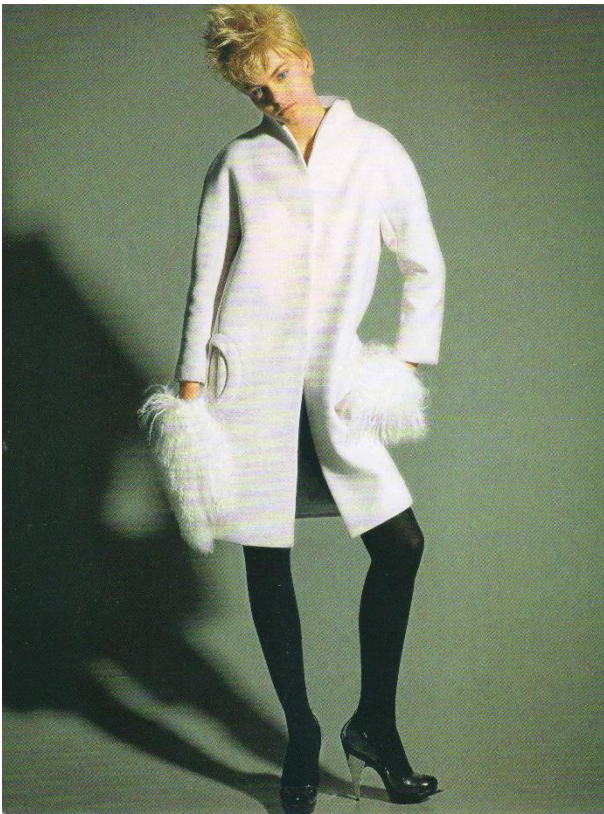


МОСКВА УЛ. ТВЕРСКАЯ, 12; КУТУЗОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, 26; КРОКУС СИТИ МОЛЛ; ГУМ; ТРЦ "ЕВРОПЕЙСКИЙ", ПЛ. ЕВРОПЫ, 1  
ЕКАТЕРИНБУРГ УЛ. ХОХРЯКОВА, 21 - ТЮМЕНЬ ПР. ВОЛОДАРСКОГО, 51 - КАЛИНИНГРАД УЛ. БАГРАТИОНА, 101  
РИГА УЛ. ТОРНА, 4 - ВЛАДИВОСТОК ОКЕАНСКИЙ ПР., 8 - ТОЛЬЯТТИ ПАРК ХАУС, АВТОЗАВОДСКОЕ ШОССЕ, 21  
САМАРА ПАРК ХАУС, МОСКОВСКОЕ ШОССЕ, 61А - КАЗАНЬ ПАРК ХАУС, ПРОСПЕКТ ЯМАШЕВА, 46/33

реклама Товар подлежит сертификации



V I C I N I



148 *ДЕТАЛИ*

*Giucci*

# ПРАВИЛА СЕЗОНА

Какие вещи из новых коллекций купить и как их следует носить – в своде правил весны-лета 2011 от *Harper's Bazaar*.

**1** **СОЧЕТАТЬ Контрастные цвета**  
Оранжевый жакет и бирюзовые брюки? Запросто! С цветом дизайнеры в новом сезоне обращались так же, как дети, которым в руки попали фломастеры и бумага: смело комбинировали самые яркие, насыщенные оттенки. Вам следует поступать так же.

ХАРПЕРС БАЗАР

*Sean Cunningham; Imaxtree*



# Стили дресс-кода

- **свободный стиль** — каждый волен прийти на работу в чем пожелает;
- **неофициальный стиль, «casual»** — удобная и практичная повседневная одежда, разрешаются джинсы и пуловеры, пиджаки без галстуков;
- **деловой стиль** — костюмы строгого покроя и расцветок, обязательные галстуки для мужчин, минимум аксессуаров, скромные украшения. В последние годы популярными стали послабления, допускаемые в деловом стиле по пятницам Free Friday, или Casual Friday: тем, у кого не запланированы встречи с клиентами, разрешается одеваться более свободно;
- **униформа** — все сотрудники одеваются в специально разработанную фирменную одежду.

# Факторы выбора дресс-кода

- Направление деятельности организации.
- Целевая аудитория.
- Место работы.
- Особенности системы управления, стиля руководства.



***Спасибо за внимание***