

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Министерство образования Иркутской области

Департамент образования комитета по социальной политике и культуре

администрации г. Иркутска

МБОУ г.Иркутска СОШ №65

РАССМОТРЕНО

на педагогическом
совете

Протокол №1
от «30» 08 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора
по УВР

Тазентинова Г.В.

от «30» 08 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор школы



Аксенов В.Н.

Приказ № 301-о 83
от «01» 09 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

факультативного предмета «Имидж успешной личности»

для обучающихся 10-11 классов

г. Иркутск 2023 год

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа направлена на получение социально значимых знаний в области межличностного взаимодействия и навыков деловой коммуникации, формирование имидж – знаний и коммуникативной компетенции выпускника образовательного учреждения.

Программа образовательного курса «Имидж успешной личности» соответствует современным требованиям к модели выпускника образовательного учреждения. Используемые активные методы и формы обучения, а также сопровождающее данный курс практические задания для обучающихся позволяют значительно усилить практическую направленность обучения, а также подготовить учащихся к дальнейшей успешной адаптации в социуме.

Приобретение новых знаний и умений в сфере деловой и межличностной коммуникации, повышение коммуникативной компетентности, саморазвитие и формирование субъектной позиции позволят учащимся, прослушавшим данный образовательный курс, улучшить процесс социализации после окончания школьного обучения.

Актуальность факультативного курса.

В последние годы меняется восприятие мира, идёт смена акцентов в развитии науки, общества и, как следствие этого, происходит переоценка ценностей. Необходимость жить в этом сложном и неоднозначном мире ставит перед молодыми людьми проблему нахождения себя одновременно в различных видах деятельности, в разных социальных областях. Сегодня на рынке труда востребованы конкурентоспособные, профессионально-мобильные, коммуникативно-компетентные, социальноактивные, предприимчивые, умеющие принимать ответственные решения в ситуациях выбора, способные к сотрудничеству, толерантные, обладающие развитым чувством ответственности и творчески мыслящие специалисты. Современному обществу нужен разносторонне развитый, т.е. успешный человек.

Успешный человек должен обладать не только профессиональными знаниями и умениями, но и тем, что выгодно отличает его от других людей. Поэтому немаловажное значение в современном обществе имеет технология имиджирования – своеобразный «кодекс поведения» и внешний образ человека.

Сегодня грамотно разработанный имидж стал основой и непременным условием успешной деятельности и развития, сложились определенные нормы внешнего вида и поведения, связанные с характером деятельности человека. Имидж - неотъемлемой частью нашей жизни.

Данная курсовая деятельность поможет обучающимся самостоятельно разработать свой образ, который напрямую будет соответствовать внутреннему миру, получить знания психологических основ коммуникативного взаимодействия для дальнейшей эффективной социализации.

Цель изучения данного курса заключается в повышении коммуникативной компетентности в сфере делового и межличностного общения выпускников образовательного учреждения с использованием как традиционных, активных и интерактивных методов и форм обучения.

Задачи:

- *образовательные:* формирование знаний о психологии общения в целом и о имиджелогии в частности, об основных компонентах эффективного делового и межличностного общения;
- *развивающие:* развитие коммуникативных умений, самоменеджмента, эффективного взаимодействия в социуме;
- *воспитательные:* побуждение учащихся старших классов к самосовершенствованию, развитие интереса к практической психологии, воспитание культуры поведения, эмоционального интеллекта, тактичного и внимательного отношения к партнерам по общению, эстетико – этическое развитие личности.

Место факультативного курса в учебном плане:

В учебном плане МБОУ г. Иркутска СОШ №65 из части, формируемой участниками образовательных отношений, на изучение курса «Имидж успешной личности» отводится следующее количество часов:

Класс	Кол-во часов в неделю	Кол-во учебных недель	Всего часов за учебный год
10 класс	1	35	35
11 класс	1	34	34
Итого			69 часов

Информационные ресурсы:

1. Элективный курс "Искусство общения". Пусенкова Е.М., Фестиваль педагогических идей «Открытый урок» 2005– 2006 у.г.;
2. Авторская программа по элективному курсу "Культура делового общения" Большакова И.П., Фестиваль педагогических идей «Открытый урок» 2006 – 2007 у.г.;
3. Элективный курс "Как развивать навыки делового общения" Крылова Л.Н., Фестиваль педагогических идей «Открытый урок» 2005– 2006 у.г.

Формы контроля и учёта достижений учащихся:

1. *в течение всего учебного года:* выполнение самооценки и взаимной оценки друг друга по результатам выполнения конкретных тестов, заданий, упражнений, игр, составление и защита мини-проектов и рефератов (уровень частных результатов);
2. *по завершении обучения,* обучающиеся заполняют анкету, в которой оценивают полезность, эффективность обучения в целом (уровень общих результатов).

Система оценивания: зачетная.

Промежуточная аттестация по итогам года по факультативному курсу не предусматривается.

Методы обучения:

Лекции с использованием наглядных пособий и раздаточного материала. Практическая работа с обсуждением в группах. Работа в подгруппах и индивидуальные задания, самостоятельная работа, обсуждение, дискуссия, анкетирование, составление и защита проектов.

Кроме того, программа курса «Имидж успешной личности» построена на методе креативного образования, которая предполагает не преимущественное освоение опыта, а понимание и критическое его освоение с целью качественного совершенствования. То есть, в основе заложен метод саморазвития, платформой для которого является известная сократовская формула «Если хочешь изменить мир – измени себя». Каждый обучающийся, в процессе прохождения данного курса, изменяя содержание своего личностного пространства, тем самым развивает свой творческий потенциал и формирует свой личный творческий метод.

Средства обучения:

Традиционные методы обучения занимают минимальное время, это лекции с использованием наглядных пособий и раздаточного материала. Основное время занимают ролевые игры и упражнения, активные групповые дискуссии, деловые игры.

РАЗДЕЛ I.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КУРСА.

ЛИЧНОСТНЫЕ, МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ И ПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ.

ЛИЧНОСТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

- сформированность позитивного отношения к себе и окружающему миру;
- готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями;
- готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения, способность противостоять негативным социальным явлениям;
- принятие и реализацию ценностей здорового и безопасного образа жизни;
- готовность и способность к образованию; сознательное отношение к самообразованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- ориентация на реализацию позитивных жизненных перспектив, готовность и способность к личностному самоопределению, способность ставить цели и строить

жизненные планы;

- физическое, эмоционально-психологическое, социальное благополучие обучающихся в жизни образовательной организации, ощущение безопасности и психологического комфорта, информационной безопасности.
- осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных и общественных, проблем.

МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

РЕГУЛЯТИВНЫЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ УЧЕБНЫЕ ДЕЙСТВИЯ:

- самостоятельно определять цели, задавать параметры и критерии, по которым можно определить, что цель достигнута;
- оценивать возможные последствия достижения поставленной цели в деятельности, собственной жизни и жизни окружающих людей, основываясь на соображениях этики и морали;
- ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;
- оценивать ресурсы, в том числе время и другие нематериальные ресурсы, необходимые для достижения поставленной цели;
- выбирать путь достижения цели, планировать решение поставленных задач, оптимизируя материальные и нематериальные затраты;
- организовывать эффективный поиск ресурсов, необходимых для достижения поставленной цели;
- сопоставлять полученный результат деятельности с поставленной заранее целью

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ УЧЕБНЫЕ ДЕЙСТВИЯ:

- искать и находить обобщенные способы решения задач, в том числе, осуществлять развернутый информационный поиск и ставить на его основе новые (учебные и познавательные) задачи;
- критически оценивать и интерпретировать информацию с разных позиций, распознавать и фиксировать противоречия в информационных источниках;
- использовать различные модельно-схематические средства для представления существенных связей и отношений, а также противоречий, выявленных в информационных источниках;
- находить и приводить критические аргументы в отношении действий и суждений другого; спокойно и разумно относиться к критическим замечаниям в отношении собственного суждения, рассматривать их как ресурс собственного развития;
- выходить за рамки учебного курса и осуществлять целенаправленный поиск возможностей для широкого переноса средств и способов действия;
- выстраивать индивидуальную образовательную траекторию, учитывая ограничения со стороны других участников и ресурсные ограничения;
- менять и удерживать разные позиции в познавательной деятельности.

КОММУНИКАТИВНЫЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ УЧЕБНЫЕ ДЕЙСТВИЯ:

- осуществлять деловую коммуникацию как со сверстниками, так и со взрослыми (как внутри образовательной организации, так и за ее пределами), подбирать партнеров для деловой коммуникации исходя из соображений результативности взаимодействия, а не личных симпатий;
- при осуществлении групповой работы быть как руководителем, так и членом команды в разных ролях (генератор идей, критик, исполнитель, выступающий, эксперт и т.д.);
- координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия;
- развернуто, логично и точно излагать свою точку зрения с использованием адекватных (устных и письменных) языковых средств;

- распознавать конфликтогенные ситуации и предотвращать конфликты до их активной фазы, выстраивать деловую и образовательную коммуникацию, избегая личностных оценочных суждений.

ПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ:

Выпускник научится:

- осознавать основные компоненты психологии результативного общения и формы эффективного имиджирования;
- иметь представление о невербальной и вербальной коммуникации;
- адекватно передавать информацию;
- владеть микротехниками самоменеджмента и коммуникативными умениями;
- иметь навык межличностного взаимодействия в различных формах делового общения;
- уметь осуществлять деловую коммуникацию с учетом социально приемлемых, эстетических, этических норм и требований.

Выпускник получит возможность научиться:

- самостоятельно приобретать знания для решения проблем, умения ставить проблемы и выбирать адекватные способы её решения;
- предметным знаниям и способам действий, проявляющиеся в умении раскрыть содержание работы, грамотно и обоснованно в соответствии с рассматриваемой проблемой/темой использовать имеющиеся знания и способы действий;
- регулировать собственные действия, проявляющиеся в умении самостоятельно планировать и управлять своей познавательной деятельностью во времени, использовать ресурсные возможности для достижения целей, осуществлять выбор конструктивных стратегий в трудных ситуациях;
- коммуникативным адекватным действиям, проявляющиеся в умении ясно излагать и оформлять выполненную работу, представлять её результаты, аргументировано отвечать на вопросы.

РАЗДЕЛ II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО КУРСА 10 КЛАСС

(35 часов, 1 час в неделю)

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ. «ИМИДЖ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, СОСТАВЛЯЮЩИЕ И ФУНКЦИИ ИМИДЖА»

Введение в имиджологию. Имиджология. Особенности имиджа. Имидж в жизни человека. Значение имиджа в жизни человека. Роль эффективной коммуникации в положительном имидже. Понятия «Образ» и «Социальная перцепция» в психологии. Типы социальной перцепции. Влияние механизмов социальной перцепции на восприятия в межличностном общении. Составляющие и функции имиджа. Особенности самооценки личности. «Я – концепция»: понятие, содержание, функции. Психологические механизмы построения имиджа. Психологические механизмы построения имиджа. Составляющие «Я – концепции»: когнитивная, оценочная, поведенческая». Психологические механизмы построения имиджа: психологический практикум. Анализ психологического портрета.

РАЗДЕЛ 2. «СТРАТЕГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ»

Самопрезентация: основные понятия и принципы. Стратегия самопрезентации. Технология самопрезентации в процессе делового общения. Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум. Приемы установления контакта. Технологические позиции самопрезентации и эффективной коммуникации. Иерархическая модель структуры самоотношения. Технологии и приемы эффективной самопрезентации в процессе деловой коммуникации. Технологии и приемы эффективного самомаркетинга. Модель поведения в деловой ситуации. Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум. Анализ невербальных компонентов коммуникативного взаимодействия, создающего эффективный имидж. Роль способностей, личностных качеств и характеристик внешнего облика в профессии. Технология самопрезентации в процессе делового общения. Психологический практикум. Имидж и требования к работе.

РАЗДЕЛ 3. «БАЗОВАЯ МОДЕЛЬ ТЕХНОЛОГИИ ИМИДЖИРОВАНИЯ»

Основы физиогномики. Что изучает физиогномика. Основы физиогномики: психологический практикум. Исторические исследования в области физиогномики и френологии. Основы физиогномики: психологический практикум. Самопознание в повседневной коммуникативной деятельности. Практическая полезность физиогномики: практикум. Значимость умения наблюдать в процессе коммуникативного взаимодействия. Технология физиогномики для изучения характера и темперамента человека. Практическая полезность физиогномики: практикум. Роль наблюдения и самонаблюдения в повседневной коммуникативной деятельности. Значение физиогномической подготовки в познании характера людей, выборе форм и методов контактирования с ними. Основы колористики. Представления о колористике. Физиологические основы восприятия. Психологическая теория цветовой гармонии. Основные критерии физиогномики для изучения лица. Психофизическое воздействие цвета и его символика: практикум. Значимость владения колористикой в процессе коммуникативного сотрудничества и самомаркетинга. Сигналы, выражаемые одеждой. Самопознание и самоконтроль в повседневной коммуникативной деятельности.

11 КЛАСС

(34 часа, 1 час в неделю)

РАЗДЕЛ 1. «БАЗОВАЯ МОДЕЛЬ ТЕХНОЛОГИИ ИМИДЖИРОВАНИЯ» (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

Кинесика – речь тела. Представление о кинесике. Выразительность телодвижения. Телесное выражение внутреннего состояния человека. Кинесика – речь тела: практикум. Значение владения кинесикой в процессе коммуникативного взаимодействия. Методические советы по исправлению осанки.

Жест – средство коммуникации. Представления о жесте. Виды невербальных средств общения. Невербальные средства общения: психологический практикум. Важные элементы языка тела. Поза и особенности внешнего вида. Межличностное пространство. Невербальные средства общения: психологический практикум. Роль чувствительности при невербальном общении. Прочтение состояния собеседника по невербальным признакам.

Одежда в создании имиджа. Эволюция представлений о моде. Мода как способ выражения индивидуальности, как образ жизни, как массовое поведение. Психологическое значение и назначение модного костюма. Выбор одежды – создание презентабельного образа: практикум. Одежда как коррекция телесного образа. Цветопредпочтение и имидж. Деловая одежда для успеха. Техника аквариума по проблеме: «за» и «против» единого и индивидуального стиля одежды в различных организациях и ситуациях».

Коммуникативные качества личности: теория и психологический практикум. «Экстравертированность», «Интровертированность». Методы совершенствования коммуникативных навыков, развития позитивного самовосприятия. Манеры межличностного взаимодействия и моделирование поведения. Этикетная модель поведения. Роль самоконтроля и самокоррекции при деловой коммуникации. Моделирование поведения. Самоанализ взаимоотношений.

Речь как компонент имиджа. Представление об основных приемах эффективной коммуникации. Значение культуры благозвучия в конструктивном общении. Культура благозвучия: практикум. Технологии культуры благозвучия. Технологии речевого поведения в процессе общения. Технология речевого произведения и речевого поведения. Влияние культуры речевого поведения на конструктивное общение. Представление об основных приемах эффективной коммуникации. Речевая самопрезентация: психологический практикум. Представления об основных приемах эффективной речевой самопрезентации. Речевой имидж. Компоненты коммуникативной речевой культуры.

Имидж – технология успеха. «Формула воздействия имиджа». Технология эффективного взаимодействия с незнакомым человеком. Психологический прием «Имя собственное». Профессиональный имидж делового человека, руководителя организации.

Социальный интеллект – необходимое качество современного специалиста. Основные направления исследования социального интеллекта. Виды интеллекта. Аспекты и основные функции социального интеллекта. Типы интеллектуального поведения.

Презентация проектов и рефератов обучающихся на темы, представленные в начале курса и выбранные самостоятельно.

РАЗДЕЛ 2. РЕФЛЕКСИЯ КУРСА.

Рефлексия курса. Определение уровня заинтересованности обучающихся в применении полученных знаний.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПРОЕКТОВ И РЕФЕРАТОВ.

1. Имидж государственного руководителя (любого – на выбор обучающегося).
2. Имидж молодежной музыкальной культуры.
3. Имидж Российской Армии.
4. Образ российского спорта (можно отдельной спортивной области – футбол, фигурное катание и т. д.).
5. Этика как основная составляющая социального имиджа.
6. Имидж современного выпускника школы.
7. Имидж семьи.
8. Особенности самопрезентации: речь в теле- и/или радиостудии. Особенности публичной речи.
9. Противоречия в имидже российского и зарубежного делового человека.
10. Специфика женского имиджа.
11. Имидж деловой женщины.
12. Специфика мужского имиджа.
13. Восприятие имиджа успешного предпринимателя в различные эпохи.
14. Трансформация имиджа города Иркутска.
15. Имидж политического лидера.
16. Имидж иркутских политиков.
17. Корпоративный имидж.
18. Имидж – информация в Интернете.
19. Имидж телефонного общения.
20. Деловые (визитные) карточки. Правила оформления, этикета.
21. Технология привлекательности.
22. Имидж – технология успеха.
23. Очарование словом.
24. Полемическое мастерство и имидж.
25. Международный этикет делового общения.

Возможно представление докладов на самостоятельно выбранную тему, не выходящую за рамки изучаемой дисциплины, по предварительному согласованию с педагогом.

РАЗДЕЛ III. ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ОТВОДИМЫЕ НА ОСВОЕНИЕ КАЖДОЙ ТЕМЫ. 10 КЛАСС

(1 час в неделю, всего –35 часов)

№п./п.	Наименование разделов	Количество часов	Тема	Количество часов
1.	Введение. Имидж: основные понятия, составляющие и функции имиджа.	12	Введение в имиджологию.	2
			Имидж в жизни человека.	2
			Понятия «Образ» и «Социальная перцепция».	2
			Составляющие и функции имиджа.	2
			Психологические механизмы построения имиджа.	2
			Психологические механизмы построения имиджа: психологический практикум.	2
2.	Стратегия и технология самопрезентации.	10	Самопрезентация: основные понятия и принципы.	1
			Стратегия самопрезентации.	2
			Технология самопрезентации в процессе делового общения.	3

			Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум.	4
3.	Базовая модель технологии имиджирования.	13	Основы физиогномики.	2
			Основы физиогномики: психологический практикум.	3
			Практическая полезность физиогномики: практикум.	3
			Основы колористики.	2
			Психофизическое воздействие цвета и его символика: практикум.	3

11 КЛАСС

(1 час в неделю, всего - 34 часа)

№п./п.	Наименование разделов	Количество часов	Тема	Количество часов
1.	Базовая модель технологии имиджирования (продолжение).	32	Кинесика – речь тела.	2
			Кинесика – речь тела: практикум.	2
			Жест – средство коммуникации.	2
			Невербальные средства общения: психологический практикум.	2
			Одежда в создании имиджа.	2
			Выбор одежды – создание презентабельного образа: практикум.	2
			Техника аквариума по проблеме: «за» и «против» единого и индивидуального стиля одежды в различных организациях и ситуациях».	2
			Коммуникативные качества личности: теория и психологический практикум.	2
			Манеры межличностного взаимодействия и моделирование поведения.	2
			Речь как компонент имиджа.	2
			Культура благозвучия: практикум.	2
			Технология речевого произведения и речевого поведения.	2
			Речевая самопрезентация: психологический практикум.	2
			Имидж – технология успеха.	2
			Социальный интеллект – необходимое качество современного специалиста.	2
			Презентация проектов и рефератов обучающихся на темы, представленные в начале курса и выбранные самостоятельно.	2
2.	Рефлексия курса.	2	Рефлексия курса.	2

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ 10 класс

№п/п	№п/п	Тема раздела Тема урока	Календарные сроки
РАЗДЕЛ 1. Введение. Имидж: основные понятия, составляющие и функции имиджа (12 ч.)			
1.	1.	Введение в имиджологию.	05.09
2.	2.	Имиджология. Особенности имиджа.	12.09
3.	3.	Имидж в жизни человека. Роль эффективной коммуникации в положительном имидже.	19.09
4.	4.	Значение имиджа в жизни человека.	26.09
5.	5.	Понятия «Образ» и «Социальная перцепция» в психологии.	03.10
6.	6.	Типы социальной перцепции. Влияние механизмов социальной перцепции на восприятия в межличностном общении.	10.10
7.	7.	Составляющие и функции имиджа.	17.10
8.	8.	Особенности самооценки личности.	24.10
9.	9.	Психологические механизмы построения имиджа.	31.10
10.	10.	«Я – концепция»: понятие, содержание, функции.	14.11
11.	11.	Психологические механизмы построения имиджа: психологический практикум. Составляющие «Я – концепции»: когнитивная, оценочная, поведенческая».	21.11
12.	12.	Психологические механизмы построения имиджа: психологический практикум. Анализ психологического портрета.	28.11
РАЗДЕЛ 2. Стратегия и технология самопрезентации (10 часов)			
13.	1.	Самопрезентация: основные понятия и принципы.	05.12
14.	2.	Стратегия самопрезентации.	12.12
15.	3.	Технологические позиции самопрезентации и эффективной коммуникации. Иерархическая модель структуры самоотношения.	19.12
16.	4.	Технология самопрезентации в процессе делового общения. Приемы установления контакта.	26.12
17.	5.	Технологии и приемы эффективной самопрезентации в процессе деловой коммуникации.	16.01
18.	6.	Технологии и приемы эффективного самомаркетинга.	23.01
19.	7.	Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум. Модель поведения в деловой ситуации.	30.01
20.	8.	Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум. Анализ невербальных компонентов коммуникативного взаимодействия, создающего эффективный имидж.	06.02
21.	9.	Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум. Роль способностей, личностных качеств и характеристик внешнего облика в профессии.	13.02
22.	10.	Технология самопрезентации в процессе делового общения: психологический практикум. Имидж и	20.02

		требования к работе.	
РАЗДЕЛ 3. Базовая модель технологии имиджирования (13 часов)			
23.	1.	Основы физиогномики. Что изучает физиогномика.	27.02
24.	2.	Основы физиогномики. Исторические исследования в области физиогномики и френологии.	06.03
25.	3.	Основы физиогномики: психологический практикум. Основные критерии физиогномики для изучения лица.	13.03
26.	4.	Основы физиогномики: психологический практикум. Технология физиогномики для изучения характера и темперамента человека.	20.03
27.	5.	Основы физиогномики: психологический практикум. Самопознание в повседневной коммуникативной деятельности.	03.04
28.	6.	Практическая полезность физиогномики: практикум. Значимость умения наблюдать в процессе коммуникативного взаимодействия.	10.04
29.	7.	Практическая полезность физиогномики: практикум. Роль наблюдения и самонаблюдения в повседневной коммуникативной деятельности.	17.04
30.	8.	Практическая полезность физиогномики: практикум. Значение физиогномической подготовки в познании характера людей, выборе форм и методов контактирования с ними.	24.04
31.	9.	Основы колористики. Представления о колористике. Физиологические основы восприятия.	01.05
32.	10.	Основы колористики. Психологическая теория цветовой гармонии.	08.05
33.	11.	Психофизическое воздействие цвета и его символика: практикум. Значимость владения колористикой в процессе коммуникативного сотрудничества и самомаркетинга.	15.05
34.	12.	Психофизическое воздействие цвета и его символика: практикум. Сигналы, выражаемые одеждой.	22.05
35.	13.	Психофизическое воздействие цвета и его символика: практикум. Самопознание и самоконтроль в повседневной коммуникативной деятельности. Обобщение материала.	29.05

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

11 класс

№п/п	№п/п	Тема раздела Тема урока	Календарные сроки
РАЗДЕЛ 1. Базовая модель технологии имиджирования (продолжение) (32 часа)			
1.	1.	Кинесика – речь тела. Представление о кинесике. Выразительность телодвижения.	
2.	2.	Кинесика – речь тела. Телесное выражение внутреннего состояния человека.	
3.	3.	Кинесика – речь тела: практикум. Значение владения кинесикой в процессе коммуникативного взаимодействия.	
4.	4.	Кинесика – речь тела: практикум. Методические советы по исправлению осанки.	
5.	5.	Жест – средство коммуникации. Представления о жесте. Виды невербальных средств общения.	
6.	6.	Жест – средство коммуникации. Важные элементы языка тела. Поза и особенности внешнего вида. Межличностное пространство.	
7.	7.	Невербальные средства общения: психологический практикум. Роль чувствительности при невербальном общении.	
8.	8.	Невербальные средства общения: психологический практикум. Прочтение состояния собеседника по невербальным признакам.	
9.	9.	Одежда в создании имиджа. Эволюция представлений о моде. Мода как способ выражения Индивидуальности, как образ жизни, как массовое поведение.	
10.	10.	Одежда в создании имиджа. Психологическое значение и назначение модного костюма.	
11.	11.	Выбор одежды – создание презентабельного образа: практикум. Одежда как коррекция телесного образа.	
12.	12.	Выбор одежды – создание презентабельного образа: практикум.Цветопредпочтение и имидж. Деловая одежда для успеха.	
13.	13.	Техника аквариума по проблеме: «за» и «против» единого и индивидуального стиля одежды в различных организациях и ситуациях».	
14.	14.	Техника аквариума по проблеме: «за» и «против» единого и индивидуального стиля одежды в различных организациях и ситуациях».	
15.	15.	Коммуникативные качества личности: теория и психологический практикум.«Экстравертированность», «Интровертированность»;	
16.	16.	Коммуникативные качества личности: теория и психологический практикум. Методы совершенствования коммуникативных навыков, развития позитивного самовосприятия.	
17.	17.	Манеры межличностного взаимодействия и моделирование	

		поведения. Моделирование поведения. Самоанализ взаимоотношений.	
18.	18.	Манеры межличностного взаимодействия и моделирование поведения. Этикетная модель поведения. Роль самоконтроля и самокоррекции при деловой коммуникации.	
19.	19.	Речь как компонент имиджа. Представление об основных приемах эффективной коммуникации.	
20.	20.	Речь как компонент имиджа. Значение культуры благозвучия в конструктивном общении.	
21.	21.	Культура благозвучия: практикум. Технологии культуры благозвучая.	
22.	22.	Культура благозвучия: практикум. Технологии речевого поведения в процессе общения.	
23.	23.	Технология речевого произведения. Представление об основных приемах эффективной коммуникации	
24.	24.	Технология речевого поведения. Влияние культуры речевого поведения на конструктивное общение.	
25.	25.	Речевая самопрезентация: психологический практикум. Представления об основных приемах эффективной речевой самопрезентации. Речевой имидж.	
26.	26.	Речевая самопрезентация: психологический практикум. Компоненты коммуникативной речевой культуры.	
27.	27.	Имидж – технология успеха. «Формула воздействия имиджа». Технология эффективного взаимодействия с незнакомым человеком. Психологический прием «Имя собственное»	
28.	28.	Имидж – технология успеха. Профессиональный имидж делового человека, руководителя организации.	
29.	29.	Социальный интеллект – необходимое качество современного специалиста. Основные направления исследования социального интеллекта. Виды интеллекта.	
30.	30.	Социальный интеллект – необходимое качество современного специалиста. Аспекты и основные функции социального интеллекта. Типы интеллектуального поведения.	
31.	31.	Презентация проектов и рефератов обучающихся на темы, представленные в начале курса и выбранные самостоятельно.	
32.	32.	Презентация проектов и рефератов обучающихся на темы, представленные в начале курса и выбранные самостоятельно (продолжение)	
РАЗДЕЛ 2. Рефлексия курса (2 часа)			
33.	1.	Рефлексия курса. Определение уровня заинтересованности обучающихся в применении полученных знаний.	
34.	2.	Рефлексия занятий. Обобщение материала по курсу.	

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ УЧИТЕЛЯ

1. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. - М., 1996.
2. Альтшуллер А.А. Практическая психология делового менеджера/ Серия «Бизнес-класс».- Ростов н/Д: Феникс, 2004.
3. Архангельская М.Д. Бизнес – этикет, или игра по правилам. – СПб.: Речь, 2000.
4. Берд П. Продай себя! Тактика совершенствования Вашего имиджа. -Минск, 1997.
5. Бойко В.В. Энергия эмоции в общении: взгляд на себя и других. - М.: «Филинь», 1996.
6. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. –М.: Тривола, 1982
7. Вечер Л.С. Секреты делового общения. – Минск, 1996.
8. Джеймс Дж. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа. - М., 1998.
9. Зазыкин В.Г. Основы психологии проницательности. - М.: Тривола.1997.
10. Зейгарник Б.В. Теории личности в зарубежной психологии. – М., 1982.
11. Ильин В.И. Поведение потребителей. - СПб. 2000.
12. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей.- М., 1995.
13. Карнышев А.Д. Очерки социальной психологии. - Иркутск. Изд-во ИЭА, 1998.
14. Краткий словарь современных понятий и терминов /Н.Т. Бутимович, Г.Г. Жаркова, Т.М. Корнилова и др.; Сост. И общ. Ред. В.А. Макаренко. – М.: Республика, 2002.
15. Крыжко В.В., Павлютенков Е.М. Психология в практике менеджера образования. – СПб.: КАРО, 2002.
16. Моисеев Р.Н. Международные этические нормы и психология делового общения. - Воронеж, 1997.
17. Морозова Г.Б. Психологическое сопровождение организации и персонала. – СПб.: Речь, 2006.
18. Панасюк А.И. Вам нужен имиджмейкер? – М.: Дело, 1998.
19. Панасюк В. А. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. - М., 1998.
20. Поль Л. Сопер. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. - Ростов-на-Дону, 1998.
21. Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. – Киев: АДЕФ-Украина, 1997.
22. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М.: Рефл-бук, 2000.
23. Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов. – Киев: АДЕФ-Украина, 1997.
24. Роджер Джонс. Как сделать карьеру? – Челябинск: УралЛТД, 1999.
25. Словарь практического психолога / Сост. С.Ю. Головин. – Минск: Харвест, М.: ООО «Издательство АСТ», 2001.
26. Смелкова З.С. Деловой человек: Культура речевого общения. - М.: Изд-во «КУБК-а», 1997.
27. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. – М.: Гранд, 2000.
28. Федоров И.А. Имидж как социально-управленческое программирование / Автореферат док. диссертации. - М., 1996.
29. Филиппа Дейвие. Ваш абсолютный имидж. – Можайск: Внеш-сигма, 1996.
30. Шаляпин Ф.И. Маска и душа - М., 1997
31. . Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - М., 1994.
32. Щёкин В.А., Щёкина Ю.Д., Капралова И.В. Социально-психологические аспекты управления. Учебное пособие. Часть 2. – И.: ИПКРО, 2006.
33. Ягер Джек Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М., 1994.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

1. Айзенк Г. Проверьте свои способности. – Брест, 1993.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск, 2000.
3. Жариков Е., Крушельницкий Е. Для тебя и о тебе. – Киев, 1999.
4. Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. – Минск, 1990.
5. Кроленко А. Т.Самоменеджмент. Для тех, кому от 16 до 20. - М., 1996.
6. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М., 2003.
7. Лабунская В.А. Невербальное поведение. - Ростов - на - Дону: издательство Ростовского университета, 1986. - 135с.
8. ПизАллан. Язык телодвижений: как читать мысли других людей по их жестам. - М. : Ай - Кью, 1995. - 257с.
9. ПизАллан. Язык жестов: увлекательное пособие для деловых людей. - М. : Ай - Кью, 1992. - 112с.
10. Пономаренко Л.П., Белоусова Р.В. Психология для старшеклассников (I-II части). – М., 2004.
11. Рюкле Хорст. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение. - М. :Интерэксперт: Инфра - М, 1996. - 277с.
12. Сергеечева В.Б. Азы общения. Стратегия и тактика. – СПб., 2002.