8 дәріс.

Мақсаты-ұйымның коммуникативтік әрекетін, жоба және фосстис кезеңдерінің элементтерін бағалау.

Имидждің пайда болуы туралы кем дегенде екі пікір бар. Бір нәрсе - ол барлық объектілердің даналығы ретінде бар және онымен жұмыс істеуге болады және қажет, ал екіншісі-имидждің функционалдық және басқарылатын бейнені жасанды түрде қалыптастырған жағдайда пайда болады.

Алайда имидж бүгінгі өнертабыс емес. Ол антикалық уақытта қолданылған. Ежелгі адамдар "имидж" ұғымына сүйенбей, көпшілік алдында олар іс жүзінде болған жоқ, ал оларды басқаларды көргісі келетіндер еді.

Көрінетін Имидж түрлерін қарастыру орынды:

1. Тауардың (қызметтің) имиджі - олардың пікірінше, тауарға ие бірегей сипаттамаларға қатысты адамдарды ұсыну.

1.1 тауардың функционалдық құндылығы-тауарды қамтамасыз ететін негізгі пайда немесе қызмет.

1.2 Қосымша қызметтер (атрибуттар) бұл тауарға ерекше қасиеттерді (атауы, дизайны, қаптамасы, сапасы) қамтамасыз етеді.

2. Тауар тұтынушылардың имиджі-тұтынушылардың өмір салты, қоғамдық мәртебесі және кейбір жеке (психологиялық) сипаттамалары туралы түсініктерді қамтиды.

3. Ұйымның ішкі имиджі-бұл қызметкерлердің өз ұйымы туралы түсінігі. Негізі ұйым мәдениеті мен әлеуметтік-психологиялық климат.

4. Ұйым басшысының немесе негізгі басшыларының имиджі басшының қабілеттері, қондырғылары, құндылықтық бағдарлары, психологиялық сипаттамалары және сыртқы келбеті туралы түсініктерді қамтиды.

5. Персоналдың имиджі-бұл өзіне тән ерекшеліктерді ашатын персоналдың жинақы, жалпыланған бейнесі.

5.1 Кәсіби құзыреттілік (ұтқырлық, лауазымдық міндеттерді орындауда ұқыптылық, жұмысты орындау дәлдігі, кәсіби, жоғары білікті дайындық).

5.2 Мәдениет (коммуникабельділік, сөйлеу дұрыстығы).

5.3 әлеуметтік-демографиялық және физикалық мәліметтер (Жасы, жынысы, білім деңгейі, физикалық ақаулардың болуы немесе болмауы).

5.4 визуалды имидж (киімдегі іскерлік стиль, ұқыпты шаш, әшекейлер мен косметиканы қолданудағы шектеулер).

Персоналдың имиджі ұйым қызметкерлерімен тікелей байланыс негізінде қалыптасады. Бұл ретте әрбір қызметкер тұтастай алғанда персонал туралы ұйғаратын ұйымның "тұлғасы" ретінде қарастырылады.

6. Ұйымның визуалды имиджі-кеңсе интерьері, сауда және көрсету залдары, ұйымның фирмалық символикасы туралы ақпаратты тіркейтін көру сезімдеріне негізделген ұйым туралы түсінік.

7. Ұйымның әлеуметтік имиджі-қоғамның экономикалық, әлеуметтік және мәдени өміріндегі ұйымның әлеуметтік мақсаттары мен рөлі туралы кең жұртшылықты таныстыру.

8. Ұйымның бизнес - имиджі-іскерлік белсенділік субъектісі ретінде ұйым туралы түсінік (іскерлік бедел, сату көлемі, нарықтың салыстырмалы үлесі, тауарлардың әртүрлілігі, баға саясатының икемділігі).

Кез келген жүйенің ажырамас атрибуты құрылым болып табылады. Имидж құрылымы төрт компоненттен тұрады.

Бірінші компонент - бұл имиджмейкер әзірлеген имидждің оңтайлы моделінің негізгі параметрлеріне сәйкес оның теріс белгілерін барынша азайту және оң белгілерді барынша азайту мақсатында алдын ала арнайы өңделген кейбір "бастапқы материал" (саясат, партия немесе ұйым, болған оқиға немесе тауар) негізі, базасы.

Екінші компонент-алдын ала дайындалған "бастапқы материалға"салынған таңдалған Имидж үлгісі.

Тритий компонент-имиджді трансляциялау арналары (ең алдымен бұқаралық ақпарат құралдары) және оны жаппай тарату тәсілдері енгізетін сөзсіз бұрмалаулар.

Төртінші компонент-сырттан таңылатын модель негізінде, бірақ өзінің ішкі түсініктерін ескере отырып, өз санасында тұтас қорытынды имиджді қайта құру бойынша аудиторияның немесе жеке қабылдау субъектісінің белсенді өзіндік психикалық жұмысының нәтижесі.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Жобалау қызметін ұйымдастырудың қолданбалы тәсілін және оның ерекшеліктерін сипаттаңыз

2. А. Н. Чумикова бойынша жоспарлаудың динамикалық матрицасын бағалаңыз.

3. Жобаны басқару процестерінің он тобын және Демингтің терең білім жүйесін атаңыз

4. Жобаларды басқаруда Деминг, Голдратт және "алты сигма" әдіснамасын қолдануды көрсетіңіз

5. Жоба командасы жұмысының тиімділігіне әсер ететін шарттарды атаңыз

**Ұсынылатын әдебиет:**

1. Грей К. Ф., Ларсон Э. У. жобаларды Басқару. Болезней. М.:2014

2. Семенюта А. Н. жобаларды басқару негіздері: оқу құралы. Минск: Асар, 2009.

3. Сазерленд Д. жобаларды басқарудың революциялық әдісі. М. Изд.: Манн, Иванов және Фербер, 2016