Имиджелогия – бұл тәжірибелі тұрғыда кешенді пән болып табылады. Себебі, ол өз кезегінде әлеуметтік психология, мәдениеттану пәндері секілді бірнеше гуманитарлы пәндерді қосатын, соның негізінде имидж қалыптастырып, оны дамытатын әдістемелік кәсібилік мүмкіндік пәні.

Қалыптасқан имиджді оңтайлы өзгерте алатын, имиджді қалыптастыруға біліми негіз болатын кәсіби қызмет түрі имиджмейкинг деп аталады.

Имиджді құратын және имиджді өзгертетін тұлға имиджмейкер деп аталады.

Субъект-субъктіге қарым қатынасы процесінде субъектінің рәміздік сипаты, немесе келбеті оның имиджі болып табылады.

**Әлем құрылымындағы имидж**

Имидж репутациясы. Саясат имиджі. Тауар имиджі. Фирма имиджі. Коммуникативті кеңестіктік құрылымындағы имиджі. Имиджді құрудағы заманауи коммуникативті технологиялардың мазмұны. Имидж типтері. Адамзаттың басқа да қызметтік және жеке тұлғалық даму салаларындағы, яғни жарнамадағы, саясаттағы, бизнестегі имижд мәселелері.

**Теориялық имиджеология**

Имидж ғылыми түсінік ретінде. Имидж табыс кілті немесе жетістік технологиясы. Өзін-өзі табысты таныстырудың теоретикалық аспектілері. Имидждік коммуникацияның жалпы моделі. Имиджді басқару. Топтың психологиясы. Бейформалды қозғалыстардың имиджі. Өтпелі кезең имиджі. Имиджден мифке өту. Мифтердің қақтығы прцестері. Заманауи коммуникативті технологиялар негізіндегі корпоративті ақпараттар басқару стратегиясы. Имиджелогия шынайылық иерархиялардың теориясы ретінде.

**Имиджелогия құралдары**

Ұстанымдарды дамыту. Сананың басқару. Мифтендіру. Эмоциалық. Формат. Вербалдық. Деталдандыру. Ақпараттарға негіз беру. Көнелену. Мақсаттар өзгерісі. Қарама-қайшылықтар белгісінің бере білуі. Бистанцииялық. Метофорлық. Визуалдылық. Қоғамдық пікірді сұрау. Нейролингвистикалық бағдарлау. Қабылдау модельдерін еңгізу. Нышандарды контекстіде түрде көру.

**Саяси имидж**

Саяси имидж. Саяси имидж құрудың жолдары. Дағдарыс кезеңіндегі саяси көшбасшы. Саяси көшбасшылық: әлеуеті мен функциялары. Саяси лидердің әлеуметтік базасы мен имиджі. Саяси лидердің «өмірлік бағыты». Саяси лидердің имиджін қалыптастыру. Саяси жарнамадағы лидер имиджі. Саясаткердің БАҚ арқылы қалыптасатын имиджі. Саясаттағы манипуляция. Саясаттағы актерлік шеберлік. Саясаттың бұқаралық сипаты: оны қалыптастырудың заманауи үрдістері. «Жұлдыз» қалыптастырудағы ерекшеліктер.

**Саясаттағы имидж**

Саяси коммуникация. Имидждегі гендерлік әртүрлілік. Саяси қарсыластар имиджі. Саяси партиялар имиджі. Саяси PR: нышаны. Саяси партияларды білу контекстіндегі нышандық психология. Саяси мифтік. ХХ және ХХІ ғасырлардағы имидждер.

**Сайлау кампанияларындағы имидж**

Имидж құру жолдары. Имиджді визуальды бағалау. Имиджді контекстілік бағалау. Имидж қалыптастыру заңдылықтары. Қазақстандық сайлаушылардың ұлттық ерекшеліктері. Манипуляция техникалары: қарама-қайшылықтар. Манипуляцияның танымал стратегиялары. Элеганттық қорғау техникалары. Дәйекті құрықтар жасау және жалған дәйектер.

**Ел имиджі**

Мемлекеттердің бренді мен имиджі. Мәселелер теориясы. Тілек және талап. Елдік брендинг және ребрендинг. Бәсекеге қабілеттілік. Стратегиялар мен коммуникациялар. Ұлттық идея туралы. Түрлі мемлекеттердегі брендинг тәжірибесі туралы. Дәстүрлілік және бейімделмеген жағдайда. Жапония. Сингапур. Үндістан. Қытай. Ресей. Басқа мемлекеттер тәжірибесі. Американдық синдром. Елдік имидждің PR және жарнама ерекшеліктері.

**Қазақстан имиджі**

Қазақстандың шынайылық. Қазіргі заманауилық пен ассоциациялар. Елдің шынайы өкілдері. Тауарлар мен қызмет түрлері. Капитализация мәселелері. Лоялды болу жолындағы күрес. Әлеует.Саяси факторлар. Экономикалық факторлар. Өндіріс және ауыл шаруашылығы. Қазақстандағы туризм және инвестициялар. Өткенге саяхат. Қазақстандық заманауи қоғамның ішкі және сыртқы жақтары. Қазақстандықтың имиджі. Жетекші саяси партиялардың рәміздік нышандығы туралы эмпирикалық зерттеулер. Қазақстан брендінің имиджі. Қазақстандағы мықты брендті қалыптастыру. Ақпараттандыру арналары. Қалалар мен аймақтар брендтері. өндіріс пен салалар. Имидждік салалар. Кәсіпорынның бренд-имиджі. Корпоративті коммуникациялар. Корпоративті стратегиялар. Посткеңестік кеңістіктегі Қазақстанның оңтайлы келбетін қалыптастыру тетіктері.

**Репутация. Заманауибрендинг**

Ребрендинг кезеңі. Инновациялық өзгерістер маңызы. әлеуметтік жауапкершілік. Мемлекет және корпаративті мүдделер. Жаңаша көзқарас. Қоғаммен байланыстың ерекше маңызды рөлі. Директ-маркетингтің маңызы және мүмкіндіктері. Стереотиптерді өзгерту. Іс-қимылдарды ынталандыру. Унификацияның өзіндік мәні.

**Фирма имиджі**

Фирманың имиджі мен философиясы. Жоспарлау, құрастыру және жылжыту. Фирма имиджін құрудағы әмбебап жоспар. Имидж іргетасы. Кампанияның сыртқы имиджі. Кампанияның ішкі имиджі. Эмоционалды байланыстар. Имиджді сақтау. өмір салты және келбеттілік. Жеке тұлғалық имидж қалыптастыру. Жеке тұлғалық және корпаративтілік тепе-теңдіктің сақталуы. Тәуелсіздік және легитимділік, жекедаралық және имидж. Нәтиже. Бағалау құралдары. Бағыт пен үдерістер. Қоғаммен жұмыс. Коммуникация мазмұны: корпаративті жолдаулармен жұмыс. Коммуникация құралдарымен жұмыс. Кампанияның техникалық, стратегиялық, саяси қажеттіліктері. Білімнің рөлі. Кәсіби біліктілік деңгейін көтеру. Кәсіби қызмет стандарттарының пайда болуы. Жүйеде жұмыс жасай алу біліктілігі. Басқалармен еңбек ету. Рухқа берілгендік.

**Жеке дара тұлғалық имидж қалыптастыру**

Мотивация. Жалпы және арнай мотивация. Жеке табысқа жету жолдары. Сіздің өмірлік бағдарламаңызмотивациялық мақсаттар. Имидж құрастырушы ақпарат түрлері. Сана болмысы. Ойлар. Имидж құрастырудың технологиялық принциптері. Стереотиптер. Сіздің имиджіңіздің саналы қалыптасуы. Жеке тұлғалық имидж. Кәсіби имидж.

**Жеке тұлғалық имидж қалыптастыру технологиясы**

Имидж ортасы. Мақсатқа бағытталған мәдениет. Іскерлік қарым-қатынас этикасы. Қызмет пен тұрмыстағы басшы этикеті. Сыртқы келбет. Жеке дара стиль қалыптастыру. Жеке имидж бағасы. Имиджді мазмұндау. Іскер аламдар костюмі. «Дресс-код» ұғымы. Вербальді имидж. Телефонмен сөйлесу мәдениеті. Келіссөздер жүргізу стилі. Салтанатты шаралар күні. Халықаралық хаттама. Паравербальді ақпарат. Кинетикалық имидж. Психологиялық кеңістіктің имидж құру функциясы.

**Имидж психологиясы**

Имидждің әлеуметтік-психологиялық мазмұны. Жеке дара тұлғалық имидж.Жеке дара тұлғалық имиджерекшеліктері. Өзін-өзі тануға бағытталған имидж. Қабылдауға негізделген имидж. Топтық, корпаративті және пәндік имидж.

**Қазіргі заманның инновациялық әдістері**

Үлкени және кіші креативтілік. Дивергентті және латеральды ойлау қабілеті. Шығармашыл тұлға. Креативтілік техникасы. «Шығармашылық ми сілкінісі».модераторлық техникасы. Ментальды карталар құрастырушылығы. Бисоциация. Синектика. Ойлау орындары мен ойлау қалпақтары. Осборнның бақылау кестесі. Қоздырғыш сөздер анализі мен кездейсоқ сигналдар техникасы.Менталды провокация. Морфологиялық жәшік және басқа да матрицалар. Тұрырымдамалы желпуіш, абстрациялауды дамытушы.

**Имиджмейкер кәсібі**

Имидж рөлі: кешегісі мен бүгіні. Ұстаным имидж құрудың негізі ретінде. Коммуникативтілік кеңістік құрылымындағы имидж. Лидер имиджі. Саясаттың рәмісзденуі. Билік имиджі және сайлау алды технологиялар. Коммуникативті әсер ету ерекшеліктері. Есер ету тілі. Мифтер имиджмейкер қызметі. Психологиялық соғыстар. Мифтен бүгінгі күнге.

**СӨЖ үлгі тақырыптары**

1. Әлем құрылымындағы имидж
2. Имидж ғылыми түсінік ретінде
3. Имиджелогияның инструментарийлері
4. Саяси имиджді құру жолдары
5. Саяси партиялар имиджі
6. Сайлау кампанияларының имиджі
7. Мемлекеттің имиджі мен брендтері
8. Қазақстан имиджі
9. Заманауи брендинг
10. Фирманың философиясы мен имиджі
11. Жеке тұлғалық имидж. Кәсіби біліктілік имиджі
12. Жеке тұлғалық имидж қалыптастыру технологиялары
13. Имидж психологиясы
14. Заманауилықтың инновациялық әдістері
15. Имиджмейкер мамандығы туралы

**Әдебиеттер тізімі**

**Негізгі:**

1. Лысикова О., Лысикова Н. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере. – М.: Флинта. – 2006. – 168 с.

2.Евразия: проблемы PR. Под ред. Л. Ахметовой. – Алматы: Нур. – 2003.– 160 с.

 3.Кваша Г. Имидж по знаку зодиака. – М.: Центрполиграф. – 2005. – 397с.

 4.Панасюк А. Имидж. Энциклопедический словарь. – М.: РИПОЛ классик. – 2009. – 768 с.

**Қосымша:**

1. Беспалов С., Власов А. и др. Механизмы формирования позитивного образа России в странах постсоветского пространства. – М.: ИАЦ, 2007. – 132с.
2. Нельке М. Техники креативности. - М.: Омега-Л. – 2006. – 144 с.
3. Панасюк А. Имидж. Энциклопедический словарь. – М.: РИПОЛ классик. – 2007. – 768 с.
4. PR и СМИ в Казахстане. Часть 1. Под ред. Л. Ахметовой. – Алматы: Нур. – 2003. – 118 с.
5. PR и СМИ в Казахстане. Часть 3. Под ред. Л. Ахметовой. – Алматы: Нур. – 2005. – 160 с.