

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

# Презентация на тему: Профессия имидж-консультант, как работа мечты!

Выполнили:  
Студентки группы МО-231-о  
Бурнина Н.А и Емельяненко А.А.

# Итак, разберем пошагово написание нашей статьи

- Первоначальным этапом нашей работы был поиск информации о имидж-консалтинге как таковом. Интересно было изучить историю возникновения, как развивалась эта сфера деятельности, в каких странах получила популярность и широкое применение.

## И ВОТ ЧТО МЫ НАШЛИ:

- Понятие имидж-консалтинг появилось в 1970 году в США. Именно тогда люди стали осознавать огромное влияние имиджа на процесс коммуникации и собственного успеха. Они начали осознавать всю силу имиджа как инструмента, посредством которого можно производить определенное впечатление на людей, воздействовать на них, добиваться поставленных целей и чувствовать себя уверенно.

- Следующим этапом было, собственно, выявления преимуществ и наличия проблем, с которыми может столкнуться начинающий специалиств области имидж-консультирования.

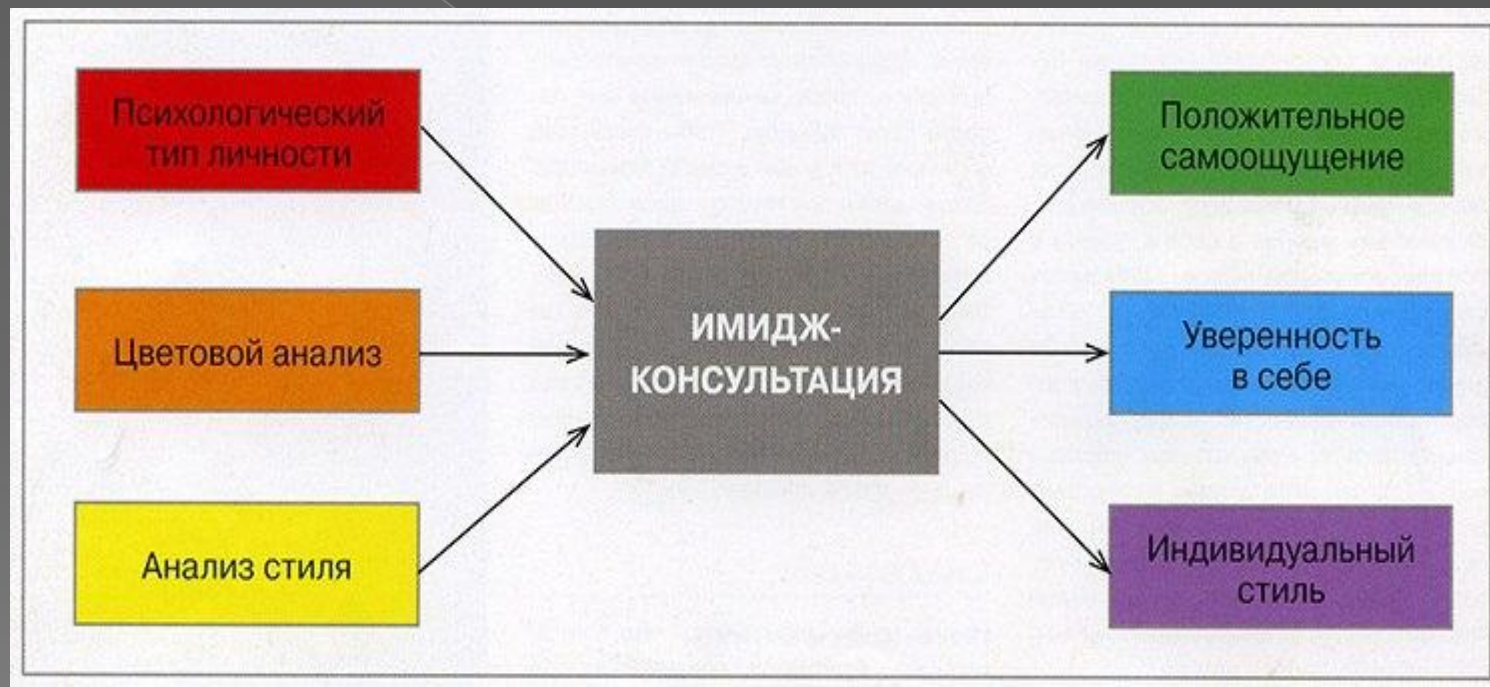
Проблемами в освоении рынка имидж-консультантов могут стать такие характеристики или их отсутствие:

- эстетически развитый вкус,
- чувство стили и интуиция,
- умение улавливать новые тенденции в области моды и красоты.

# Польза от имидж – консультации значительна

- Повышенная уверенность в себе и чувство собственного достоинства приводят к положительной реакции других людей, как в карьере, так и в личной жизни.
- Знание своих лучших цветов и фасонов вносит упорядоченность в самостоятельный шоппинг.
- Клиент экономит время и деньги, приобретая вещи, которые ему идут по всем параметрам и носятся с удовольствием ежедневно.

# Механизм работы имидж-консультанта



- Далее наступил этап сравнения опыта предоставления услуг и ценовой политики отечественных и зарубежных консультантов, что показало значительно большую востребованность услуг консультанта по имиджу в Европе, а особенно в Англии. Отсюда и значительная разница в ценовой политике. Российские клиенты гораздо больше ориентированы на моду, тенденции сезона, в то время как в Европе наиболее важным считается выглядеть уместно



