

SADRZAJ

UVOD.....	3
Licni imidz promotivne komunikacije preduzetnistva.....	4
Osnovno o imidzu.....	4
Ko stvara imidz.....	4
Put do dobrog imidza.....	5
Dobar imidz I lepota	6
Psiholosko dejstvo imidza.....	7
Determinante imidza	8
ZAKLJUCAK.....	9
LITERATURA.....	10

UVOD

Imidž je način predstavljanja ličnosti kroz stil ponašanja, odevanja, života . Svako ima svoj stil oblačenja, stil ponašanja. Ličnosti iz javnog života postaju uzor običnih ljudi, koji svoje idole kopiraju, naročito u odevanju, sminkanju, ponašanju. Svako od nas ima svoj imidž I gradi ga onako kako njemu najviše prija. Mladi obično prate mod, I oblače se u ono sta je trenutno aktuelno. Medzutom to nije dobro, ne trebamo biti robovi onoga sto je trenutno aktuelno, vec sami da smisljamo svoj imidz a iz nove mode da uzimamo samo delice za koje smatramo da su nam potrebni. Za dobar imidz vazna je I lepota. U danasnje vreme vaznja je fizicka lepota, od prirodne. U drustvu su vise prihvaceniji ljudi koji su dobro obuceni, devojke se silikonima, nego oni sa dobrom dusom

1. LIČNI IMIDŽ PROMOTIVNE KOMUNIKACIJE PREDUZETNIŠTVA

Osnovno o imidžu

IMIDŽ (engl. image- lik, lat. imago- slika, lik). Prvo se reč imidž koristila u svetu šou biznisa, a kasnije reč ulazi u upotrebu i za druga zanimanja i privatno ponašanje mladih. Termin "imidž", je zamenio dotadašnji termin "izgled", jer se pored rada na samom izgledu ličnosti počinje i sa radom na osmišljavanju celokupnog predstavljanja osobe.

Imidž je način predstavljanja ličnosti kroz stil ponašanja, odevanja, života...Imidž obuhvata sve grane bitisanja čoveka (duhovne i fizičke) i u direktnoj je vezi sa estetskim zakonima vremena i društva u kome se život odvija.

"Naša unutrašnjost treba da se razlikuje od velikog mnoštva. Naša spoljašnjost neka mu se prilagodi"

Ko stvara imidž

Zahvaljujući svom imidžu, ličnosti iz javnog života postaju uzor običnih ljudi, naročito mladih, koji svoje idole kopiraju i podržavaju prvenstveno način odevanja i ponašanja. Postavlja se pitanje koliko je zaista prikladno i prihvatljivo da sve što vidimo na tv-u ili u novinama, preslikamo na sebe i da tako klonirani kažemo da je to naš "imidž"? Nije sve što nam se palsira ujedno i ono čemu treba da težimo i da se divimo. "Imidž" treba da bude naš stil, a ne samo loša kopija onog što nam se plasira, a što je veoma često i odraz nečega što treba i da izbegavamo.

- 4 -

Imidžom kao složenim sistemom, bave se posebni stručnjaci, koristeći različite medije, čime se još jednom uočava razlika između imidža i različitih komponenti koje ga čine.Imidž ima I svoju istorijsku dimenziju. Negovali su ga najpre bogati na dvorovima sa određenim karakteristikama tog vremena.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com