



1. ... форма лица считается идеальной для моделирования любых причесок.
2. «Песочные часы» — это фигура ...
3. С. нарядная вечерняя одежда, для мужчин — тёмный нарядный костюм, для женщин — лучший деловой костюм или коктейльное платье
4. Аттракция — это...
5. В классическом стиле неприемлем такой элемент одежды, как...
6. В костюмном ансамбле классического стиля неприемлем такой элемент одежды, как ...
7. В одном наряде рекомендуется сочетать не более ... цветов
8. В романтическом стиле неприемлем такой элемент одежды или аксессуар, как...
9. В романтическом стиле неприемлем такой элемент одежды или аксессуар, как...
10. В спортивном стиле неприемлем такой элемент одежды, как ...
11. Вербальным элементом имиджа является ...
12. Выбор стиля деловой одежды диктуется не только личными предпочтениями, но и правилами ...
13. Выбор человеком стиля деловой одежды диктуется ...
14. Деловая одежда в первую очередь должна быть ...
15. Для классического стиля одежды характерны ...
16. Для классического стиля одежды характерны...
17. Для предпринимателей, менеджеров, взаимодействующих с различными группами общественности, при создании делового имиджа целесообразно использовать стратегию ...
18. Для предпринимателей, менеджеров, постоянно взаимодействующих с определенной группой общественности, при создании делового имиджа целесообразно использовать стратегию ...
19. Для романтического стиля одежды характерны ...
20. Для спортивного стиля одежды характерны ...
21. Дресс-код – это ...
22. Дресс-код ... допускает отсутствие галстука в наряде мужчины.
23. Дресс-код ... допускает присутствие трикотажных изделий в деловом наряде мужчины или женщины.
24. Дресс-код ... используется во время официальных переговоров высокого уровня, деловых презентаций, конференций.
25. Дресс-код ... используется во время президентских, королевских приемов, вручения высоких международных и государственных наград.
26. Дресс-код ... предписывает женщинам надеть лучший синий, серый или бежевый костюм, белую блузку, прозрачные чулки телесного цвета, туфли черного цвета или цвета костюма на невысоком каблуке.
27. Индивидуальная деятельность по созданию собственного имиджа – это ...
28. Индивидуальный имидж — это ...
29. Индивидуальный имидж – это ...
30. Мягкие ткани, кардиганы с шалевым воротником, юбки с запахом и брюки на кулиске без пояса используются для коррекции фигуры типа ...
31. На боковые поверхности лица наносят темные тона, а центральная часть высветляется при коррекции ... лица
32. Объемные воротники, вырез «лодочка» и подплечники используются для фигуры типа





33. Паралингвистика — это раздел языкознания, изучающий ...
34. Понятие «имидж» в деловой и научный оборот ввел ...
35. Правила психологического воздействия на людей для формирования у них определенного мнения в отношении какого-либо объекта А.Ю. Панасюк называет...
36. Правильный подбор одежды зависит от.
37. Представление о человеке, сформированное при восприятии его социальной среды: кабинета, жилища, автомобиля, — это... имидж.
38. При коррекции ... лица на боковые поверхности наносят темные тона, а центральная часть высветляется.
39. При коррекции ... лица при наложении макияжа слегка затемняют подбородок, углы лба и выступающие части скул.
40. При круглом типе лица стилисты рекомендуют ...
41. При наложении макияжа слегка затемняют подбородок, углы лба и выступающие части скул при коррекции ... лица
42. Принцип гармонии визуального образа, согласно В.М. Шепелю, предполагает соответствие пропорций, силуэта, цветовой гаммы наряда и макияжа ...
43. Принцип гармоничности образа, по мнению Е.В. Змановской, предполагает соответствие пропорций, силуэта, цветовой гаммы наряда и макияжа ...
44. Принцип многообразия коммуникативного воздействия, согласно В.М. Шепелю, предполагает использование в процессе самопрезентации различных
45. Профессиональная деятельность по созданию имиджа, обладающего заданными свойствами, и преобразованию существующего для достижения поставленных целей, – это ...
46. Психотерапевтическая функция имиджа, согласно В.М. Шепелю, заключается в том, что эффективный имидж позволяет человеку...
47. Совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженную с его отношением к себе или к отдельным своим качествам, Р. Бернс определяет как...
48. Социальный стереотип восприятия – это ...
49. Специалисты по имиджу и стилю считают идеальным типом фигуры у женщин.
50. Специалисты по имиджу и стилю считают... идеальным типом фигуры у мужчин.
51. Стратегия «креативный взрыв» предполагает создание имиджа на основе разрушения ...
52. Стратегия ... предполагает создание имиджа на основе разрушения стереотипов.
53. Стратегия универсального имиджа предполагает создание имиджа на основе общественных идеалов и социальных...
54. Стратегия универсального имиджа предполагает создание имиджа на основе общественных идеалов и ...
55. Стратегия формирования целевого имиджа предполагает создание имиджа с учетом ожиданий конкретных ...
56. Такая техника формирования имиджа, как перенос авторитета и уважения одного объекта на другой, чтобы сделать его положительным, используется в процессе ...
57. Такой элемент имиджа, как кинесика, включает в себя...
58. Техника формирования имиджа, заключающаяся в выделении в образе тех характеристик, которые наиболее ценит общественность, – это ...



- 59.** Тремя показателями при определении цветотипа человека являются
60. Установите соответствие между определениями и терминами
61. Установите соответствие между определениями и терминами
62. Установите соответствие между прическами и типами лица
63. Фасцинация — это...
64. Фейсбилдинг — это...
65. Формирование «Я-концепции» – это ...
66. Формирование «Я-концепции» — это...
67. Формирование «Я-концепции» способствует...
68. Формирование делового имиджа следует начинать с ...
69. Функция межличностной адаптации, согласно В.М. Шепелю, заключается в том, что эффективный имидж позволяет человеку...
70. Человек становится визуально стройнее благодаря такой коррекционной технике, как ...
71. Этикет – это ...
72. Эффект ... проявляется в искажающем влиянии эмоционально значимой информации в процессе восприятия другого человека.
73. Эффект ... проявляется в том, что информация, поступившая первой, автоматически воспринимается как более убедительная.

DISYNERGY.RU