**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

При выполнении контрольной работы студент должен соблюдать следующие требования:

1. Контрольные работы выполняются в сроки, указанные в учебном графике.
2. Ответы на вопросы или решения задач должны располагаться в той же последовательности, в какой они даны в контрольном задании.
3. Оформить контрольную работу можно на персональном компьютере с использованием текстовых и графических редакторов и представить в распечатанном виде.
4. Контрольная работа может быть представлена в рукописном виде. В этом случае она должна быть написана четко, обязательно чернилами, без перечеркиваний, вставок, произвольного сокращения слов.
5. Все страницы должны быть пронумерованы.
6. На обложке контрольной работы необходимо расположить адресную наклейку, в которой указать фамилию и инициалы, шифр, специальность, курс, наименование дисциплины, номер контрольного задания.
7. Проверенная контрольная работа защищается студентом и сдается преподавателю во время сдачи экзамена (зачета).
8. По всем возникшим при изучении дисциплины вопросам следует обратиться за пояснением к преподавателю устно в часы консультаций.
9. *Вариант контрольной работы* выбирается из приведенной таблицы.

Объем контрольной работы, должен составлять не менее 10-15 печатных страниц, шрифт Times New Roman, размер 14, интервал 1,5. Поля: верхнее, нижнее – 2,5; левое - 3,5; правое - 1,5.

Образец титульного листа прилагается (адресная наклейка).

10. *Структура контрольной работы:*

1. Титульный лист с названием темы, фамилии, имени, отчества студента, учебной группы. Год.

2. Содержание.

3. Введение.

4. Изложение содержания (Глава 1; 2; 3)

5. Выводы.

6.Список литературы и других информационных ресурсов.

Таблица 1.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Пред***  ***последняя цифра зачетной книжки*** | ***Последняя цифра зачетной книжки*** | | | | | | | | | |
| ***0*** | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** |
| **Н о м е р а вариантов** | | | | | | | | | |
| ***0*** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| ***1*** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| ***2*** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** |
| ***3*** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| ***4*** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| ***5*** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** |
| ***6*** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| ***7*** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| ***8*** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** |
| ***9*** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |

Контрольные работы по предмету: «Персональный имидж и карьерный менеджмент в физической культуре и спорте».

1. Определение понятия имиджелогии, образа, облика. Имидж и маска.
2. Компоненты имиджа личности.
3. Имидж как одаренность. "Я-концепция".
4. Формирование имиджа как создание социальной реальности в сознании людей.
5. Социальные стереотипы и установки
6. Формирование имиджа в среде массовой коммуникации.
7. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
8. Характеристика этапов формирования имиджа: изучение объекта, оценка

аудитории, коррекция характеристик объекта, символизация, позиционирование, презентация имиджа.

1. Этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа клиента.
2. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа.
3. Общественное мнение общественное сознание.

12. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).

13. Основные условия формирования имиджа.

14. Имидж как многофункциональный психологический феномен.

15. Психологические основы имиджелогии.