



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ИНСТИТУТ ТЕХНОЛОГИЙ (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
В Г. ВОЛГОДОНСКЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)



УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора
Н.М. Сидоркина
«24» апреля 2023 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине**

«Деловая коммуникация»

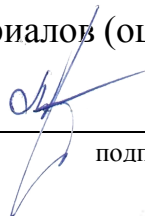
для обучающихся по направлению подготовки
09.03.02 Информационные системы и технологии
Профиль «Информационные системы»
2021 года набора

Лист согласования

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Деловая коммуникация» составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии

Разработчики оценочных материалов (оценочных средств)


Доцент



подпись

В.И. Лабунская

Зав. кафедрой



подпись

В.И. Кузнецов

Согласовано:

Директор НПЦ «Микроэлектроника»



подпись

С.Л. Бондаренко

Руководитель отдела ИТ ООО «Профит»



подпись

А.А. Сердюков

**Лист визирования оценочных материалов (оценочных средств)
на очередной учебный год**

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Деловая коммуникация» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой «СКС и ГД» _____ В.И. Кузнецов

«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Деловая коммуникация» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой «СКС и ГД» _____ В.И. Кузнецов

«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Деловая коммуникация» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой «СКС и ГД» _____ В.И. Кузнецов

«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Деловая коммуникация» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой «СКС и ГД» _____ В.И. Кузнецов

«__» _____ 20__ г.

Содержание

1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)	5
1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем), с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	5
1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	7
1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, описание шкал оценивания	9
2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	10
2.1 Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний	10
2.2 Задания для оценивания результатов в виде владений и умений	12
2.3 Типовые проверочные материалы	23
Приложение А Карта тестовых заданий	25

1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)

Оценочные материалы (оценочные средства) прилагаются к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные материалы (оценочные средства) используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной, с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 1).

Таблица 1 - Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня компетенции)	Вид учебных занятий, работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Контролируемые разделы и темы дисциплины	Оценочные материалы (оценочные средства), используемые для оценки уровня сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенций
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1: Знает теоретические основы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	техники создания стилистически разнообразных целеориентированных текстов	Лек, Практик, Ср	1.1 – 1.3, 2.1 – 2.3, 3.1 – 3.4, 4.1 – 4.8	ТЗ, УО	Ответы на тестовые вопросы; Вопросы устного опроса, выполнение практического задания
	УК-4.2: Умеет осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для решения производственных задач	создавать стилистически разнообразные тексты	Лек, Практик, Ср		ТЗ, УО, ПЗ	
	УК-4.3: Владеет навыками применения различных видов речевой деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в сфере деловой коммуникации	навыками подготовки разнообразных текстов для осуществления эффективной устной и письменной деловой коммуникации	Лек, Практик, Ср		ТЗ, УО, ПЗ	

1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

По дисциплине «Деловая коммуникация» предусмотрена промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Промежуточная аттестация по дисциплине «Деловая коммуникация» проводится в форме зачета. В табл. 2 приведено весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий.

Таблица 2 - Весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий

Текущий контроль (50 баллов)				Промежуточная аттестация (50 баллов)	Итоговое количество баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации
Блок 1		Блок 2			
Лекционные занятия (X ₁)	Практические занятия (Y ₁)	Лекционные занятия (X ₂)	Практические занятия (Y ₂)	от 0 до 50 баллов	Менее 60 балла – не зачтено; Более 61 балла - зачтено
5	15	5	25		
Сумма баллов за 1 блок = 20		Сумма баллов за 2 блок = 30			

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы (табл.3):

Таблица 3 – Распределение баллов по дисциплине

Вид учебных работ по дисциплине	Количество баллов	
	1 блок	2 блок
<i>Текущий контроль (50 баллов)</i>		
Посещение занятий	5	5
Практические задания в том числе:	15	25
- Выполнение заданий по дисциплине (УО)	5	5
- Решение тестовых заданий (Т)	5	5

- Выполнение практических работ	10	15
	20	30
<i>Промежуточная аттестация (50 баллов)</i>		
Зачет в устной форме		
Сумма баллов по дисциплине 100 баллов		

Зачет является формой оценки качества освоения обучающимся образовательной программы по дисциплине. По результатам зачета обучающемуся выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Оценка «зачтено» (*от 61 балла*) выставляется на зачете обучающимся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом;

- обучающийся знает и воспроизводит основные положения дисциплины в соответствии с заданием, применяет их для выполнения типового задания в котором очевиден способ решения;

- обучающийся продемонстрировал базовые знания, умения и навыки важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;

- у обучающегося не имеется затруднений в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса, а если затруднения имеются, то они незначительные;

- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные или частично правильные ответы;

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на базовом уровне (уровень 1) (см. табл. 1).

Оценка «не зачтено» (*до 60 баллов*) ставится на зачете обучающийся, если:

- обучающийся имеет представление о содержании дисциплины, но не знает основные положения (темы, раздела, закона и т.д.), к которому относится задание, не способен выполнить задание с очевидным решением, не владеет навыками выполнения задания практической работы, не ориентируется в практической ситуации;

- имеются существенные пробелы в знании основного материала по программе курса;

- в процессе ответа по теоретическому и практическому материалу, содержащемуся в вопросах зачетного билета, допущены принципиальные ошибки при изложении материала;

- имеются систематические пропуски обучающийся лекционных и лабораторных занятий по неуважительным причинам;
- во время текущего контроля обучающийся набрал недостаточные для допуска к зачету баллы;
- вовремя не подготовил отчет по практическим работам, предусмотренным РПД.

Компетенция(и) или ее часть (и) не сформированы.

1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине «Деловая коммуникация» осуществляется по регламенту текущего контроля и промежуточной аттестации.

Формы промежуточного контроля знаний:

- устный опрос (УО);
- тестовые задания (ТЗ);
- практические задания (ПЗ);

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Перечень вопросов для устного опроса определен содержанием темы в РПД и методическими рекомендациями по изучению дисциплины.

Защита практических заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с расписанием занятий. Преподаватель проверяет правильность выполнения практического задания студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Оценка компетентности осуществляется следующим образом: в процессе защиты выявляется информационная компетентность в соответствии с практическим заданием, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Высокую оценку получают студенты, которые при подготовке материала для самостоятельной работы сумели самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его, собрать достаточный фактический материал, показать связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со направлением обучения студента и каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Итоговый контроль освоения умения и усвоенных знаний дисциплины «Деловая коммуникация» осуществляется в процессе промежуточной аттестации на зачете.

2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1 Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний

Контроль знаний по дисциплине «Деловая коммуникация» осуществляется посредством тестовых заданий и устного опроса.

Примерные вопросы для устного опроса:

1. Специфика делового общения.
2. Коммуникативные барьеры в общении.
3. Перцептивный аспект деловой коммуникации.
4. Интерактивный аспект деловой коммуникации.
5. Речевые технологии делового общения.
6. Невербальные средства общения и их использование в бизнесе.
7. Сознательное и бессознательное в невербалике.
8. Виды делового общения в рекламном бизнесе и их характеристика.
9. Общие требования к деловой беседе и ее структура.
10. Методика подготовки и проведения деловых бесед.
11. Деловое совещание как один из видов делового общения.
12. Виды деловых совещаний в сфере рекламного бизнеса и их характеристика.
13. Основные этапы подготовки к деловым переговорам.
14. Структура переговоров и основные требования к руководителю в ходе их проведения.
15. Правила делового общения по телефону.
16. Профессиональные качества ведущего совещание и стили его руководства.
17. Общее и особенное в структуре брифинга и пресс-конференции.
13. Классификация деловой корреспонденции и общие требования к деловым письмам.
14. Причины возникновения конфликта в деловых коммуникациях..
15. Структура и динамика конфликта.
16. Типы конфликтной личности и пути разрешения конфликта с ней.

17. Стили поведения участников в конфликтной ситуации.
18. Содержание понятия «деловой протокол», его составляющие.
19. Организация подготовки переговоров принимающей стороной.
20. Правила ведения телефонных переговоров и их записи.
21. Стратегия и тактика проведения переговоров.
22. Требования к культуре деловой речи.
23. Нравственная основа делового этикета.
24. Деловая этика в рекламной деятельности.
25. Управленческая этика, корпоративная этика, корпоративные кодексы.
26. Основные требования к записи бесед (переговоров).
27. Порядок проведения деловых визитов и бесед.
28. Различие между позициями и интересами на переговорах. Метод совместного рассмотрения проблемы.
29. Классификация приемов. Виды деловых приемов.
30. Психологические аспекты делового общения.
31. Этические нормы при вручении подарков.
32. Организационное и протокольное обеспечение переговоров.
33. Порядок рассылки приглашений и ответа на них.
34. Подготовка и планирование переговоров.
35. Сферы и порядок использования в деловом общении визитных карточек.
36. Некоторые тактические приемы ведения переговоров. Методы подготовки: деловая игра, составление балансных листов и "мозговая атака".
37. Основы деловой этики в современном бизнесе. Хартия бизнеса России.
38. Основные положения Указа Президента РФ о государственном протоколе 1992 г.
39. Особенности российской деловой культуры – в прошлом и настоящем.
40. Национальные стили ведения переговоров. Кросс-культурный анализ обычаев делового общения.
41. Роль этики в деловом взаимодействии в рекламном бизнесе.
42. Исторические предпосылки становления этики делового общения.
43. «Золотое правило этики» и характер делового общения.
44. Общие этические принципы и нормы делового общения.
45. Роль этикета и культуры поведения в бизнесе.
46. Служебный этикет как унифицированная форма общения.
47. Визитная карточка – краткий информатор о деловом партнере.
48. Правила речевого общения в бизнесе.
49. Культура и техника речи в презентации делового партнера.
50. Манера общения и имидж делового человека.

Критерии оценки устного опроса:

- качество ответов (ответы должны быть полными, четко выстроены, логичными (аргументированными));
- владение научным и профессиональной терминологией;
- четкость выводов.

Шкала оценивания устного опроса (доклада, сообщения):
Максимальная оценка – 5 баллов.

5 баллов ставится, если студент полно и аргументировано ответил по содержанию вопроса; обнаружил понимание материала; может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно.

4 балла – ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

2 балла – ставится, если студент обнаруживает знания и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

1-2 балла – ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно неуверенно излагает материал.

2.2 Задания для оценивания результатов в виде владений и умений

Тестовые задания

Вопрос 1. «Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:

- Деловых интересов партнеров
- Личностных, неделовых интересов партнеров
- Профессиональных интересов партнеров

Вопрос 2. Адресат манипуляции в деловом общении — это:

- Партнер, который может стать жертвой манипуляции
- Партнер, на которого направлено манипулятивное воздействие
- Партнер, который использует манипулятивные приемы психологического воздействия

Вопрос 3. Атрибуцией называется:

- Все ответы неверны
- Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей
- Приписывание определенным группам людей специфических черт
- Стремление человека быть в обществе других людей

Вопрос 4. В ценностно-ориентированных манипулятивных технологиях делового общения мишенью психологического воздействия являются:

- Духовные идеалы партнера-адресата
- Когнитивные структуры партнера-адресата
- Потребности и склонности партнера-адресата
- Ценностные установки партнера-адресата

Вопрос 5. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:

- Жестов
- Информационных технологий
- Определенного темпа речи
- Похлопываний по плечу
- Устной речи

Вопрос 6. Все люди делятся на:

- Все ответы верны
- Рациональных и иррациональных
- Сенсорики и интуитов
- Экстравертов и интравертов

Вопрос 7. Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:

- Ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами
- Признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга
- Рациональное использование партнерами поддерживающих техник
- Умение партнеров адаптировать собственные профессиональные знания к каждой деловой ситуации

Вопрос 8. Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:

- Аудиальными образами
- Зрительными образами
- Тактильными образами

Вопрос 9. Информационно-силовое обеспечение манипулятора в манипулятивных технологиях делового общения складывается из совокупного взаимодействия:

- Когнитивно-рациональных сил адресата психологического воздействия
- Личностно-психологических сил манипулятора
- Привлеченных (заимствованных) сил, которые создаются другими личностями
- Статусно-ресурсных сил манипулятора

Вопрос 10. К механизмам манипулятивного воздействия относятся:

- Механизмы присоединения и внедрения, которые использует манипулятор
- Потребности, склонности, мотивации адресата манипуляции
- Психические автоматизмы и комплексы адресата манипуляции
- Психотехнические приемы манипулятивного воздействия

Вопрос 11. К наиболее применяемым в технологиях делового общения техникам активной антиманипулятивной защиты можно отнести:

- Временное прерывание адресатом делового контакта с манипулятором

- Использование партнером-адресатом психотехнических приемов встречной манипуляции
- Преобразование партнером-адресатом коммуникативных сигналов манипулятора с учетом собственных интересов
- Целенаправленную тотальную психологическую атаку на манипулятора

Вопрос 12. К основным манипулятивным техникам психического воздействия в деловом общении относятся техники:

- «Ложного вовлечения»
- Запутывания
- Расположения
- Скрытого принуждения
- Убеждения

Вопрос 13. К особым техникам пассивной защиты, ориентированным на отражение манипулятивного воздействия, относятся:

- Выстраивание партнером-адресатом смысловых и семантических барьеров с манипулятором
- Дистанцирование партнера-адресата от партнера-манипулятора
- Расположение партнера-адресата к намерениям и установкам манипулятора
- Соккрытие партнером-адресатом своих ситуативно переживаемых эмоций и чувств

Вопрос 14. К открытым вопросам в деловой коммуникации относятся:

- Альтернативные
- Зеркальные
- Информационные
- Риторические

Вопрос 15. К признакам, которые свидетельствуют о наличии манипуляции в деловом общении, относятся:

- Неконгруэнтность коммуникативных сообщений манипулятора
- Поведенческая стратегия делового партнера-коммуникатора, ориентированная на сотрудничество
- Появление у партнера-адресата внутренних ощущений дискомфорта, эмоционального напряжения и беспокойства
- Присутствие вербализированных и невербальных угрожающих сигналов
- Структурная компоновка дискурсов информации, не релевантная их содержательной значимости для решения деловой проблемы

Вопрос 16. К средствам невербальной коммуникации относятся:

- Все ответы верны
- Кинесика
- Проксемика
- Такетика

Вопрос 17. К техникам малого разговора, применяемого в деловой коммуникации, относятся:

- Высказывания-ссылки с приятными ассоциациями для партнера
- Интересный, увлекательный рассказ
- Позитивные констатации событий или фактов, интересующих партнера
- Убеждающие деловые сообщения
- Цитирование высказываний партнера о его увлечениях, хобби

Вопрос 18. Кинесическими средствами невербального общения выступают:

- Мимика
- Поза
- Покашливание
- Рукопожатие
- Устная речь

Вопрос 19. Логико-смысловое манипулирование информацией в деловом общении предлагает:

- Вербализированную подачу социально значимых для адресата дискурсов информации
- Дозирование информации
- Соккрытие важных смысловых дискурсов информации
- Утаивание информации

Вопрос 20. Манипулятивная стратегия в деловом общении реализуется как:

- Система психотехнических приемов и действий, отражающая долговременные цели манипулятора
- Система совместных поведенческих действий деловых партнеров, имеющая целью компромиссное решение деловой проблемы
- Совокупность поведенческих действий адресата манипуляции

Вопрос 21. Манипулятивные технологии делового общения — это такие технологии, в которых присутствуют:

- Открытое принуждение партнера к каким-либо поведенческим действиям
- Психотехнические приемы манипулирования
- Скрытое психологическое воздействие на делового партнера
- Техники расположения и убеждения по отношению к партнеру — адресату воздействия

Вопрос 22. Мишени манипулятивного воздействия — это:

- Локальные психические структуры партнера-адресата, на которые направлено манипулятивное воздействие
- Объекты, включенные в деловую ситуацию
- Структурные уровни психики манипулятора

Вопрос 23. Невербальными средствами общения являются

- Взгляд
- Походка
- Рукопожатие
- Телефон
- Электронная почта

Вопрос 24. Общение - это:

- Все ответы верны
- Процесс передачи информации
- Процесс установления контактов между людьми
- Процесс формирования и развития личности

Вопрос 25. Персональная дистанция в процессе общения:

- 120-350см
- 15-50см
- 50-120см
- Свыше 350см

Вопрос 26. Побудительная информация в деловой коммуникации реализуется в виде:

- Познавательного сообщения
- Призыва
- Приказа
- Просьбы

Вопрос 27. Прием направленного критического слушания целесообразно использовать в деловых ситуациях, связанных с:

- «Прочтением» стенических эмоций партнеров
- Выслушиванием жалоб клиентов
- Дискуссионным обсуждением проблем
- Обсуждением каких-либо инновационных проектов

Вопрос 28. Проксемическими характеристиками невербального общения являются:

- Дистанция между общающимися
- Мимика
- Похлопывание по спине
- Телефон
- Угол общения партнеров

Вопрос 29. Просодическими средствами невербального общения выступают

- Громкость голоса
- Дистанция между общающимися
- Жесты

- Интонация
- Плач

Вопрос 30. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Доброе утро, страховая компания «Висепт»

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 31. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Добрый день. Это центр «Генезис». У телефона Ирина Аникеева. Чем я могу вам помочь?

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 32. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Здравствуйте, сервисный центр

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 33. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Извините, я не занимаюсь этими вопросами. Вам нужно позвонить в отдел продаж.

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 34. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Извините, я работаю в другом отделе, поэтому ничем вам помочь не могу.

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 35. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». К сожалению, Анна еще обедает.

- Отрицательно
- Положительно

Практические задания

Охарактеризуйте цели, участников, основные функции и специфику взаимодействия при коммуникации в деловой сфере.

Задание №1. Назовите особенности деловой коммуникации. В чем специфика письменной и устной форм деловой коммуникации?

Задание №2. По фрагменту текста определите вид делового документа. Ответ аргументируйте. Составьте схему каждого документа.

1. Прошу предоставить мне очередной отпуск.
2. В целях подготовки к комплексной оценке деятельности университета приказываю создать комиссию в составе...
3. Довожу до Вашего сведения, что до сих пор то не прошли флюорографическое обследование 150 студентов.
4. Вчера, 1 марта, я опоздал на работу, потому что попал в пробку.
5. В связи с подготовкой к новому учебному году в срок до 15 марта предлагаю представить в учебное управление учебные планы.
6. Основные параметры учебной деятельности характеризуются следующими показателями. За пятилетний период вдвое увеличился контингент студентов, произошла горизонтальная и вертикальная диверсификация образовательных программ, которых также стало в 2,5 раза больше по сравнению с 2002 годом...

Задание №3. Напишите заявления: о приеме на работу; о переводе на другую специальность; о предоставлении отгула; об увольнении по собственному желанию; о предоставлении академического отпуска.

Задание №4. По фрагменту определите вид делового письма. Ответ аргументируйте.

1. Ваше письмо с предложениями о сотрудничестве получено /дата/ и находится на рассмотрении...

2. На Ваш запрос от /дата/ сообщаем, что в настоящее время Иван Иванович Иванов студентом РГУ им. И. Канта не является.
3. Просим Вас подписать прилагаемый договор о трудоустройстве специалистов.
4. С сожалением сообщаем, что в связи с уменьшением количества бюджетных мест квоты для целевого приема будут выделены в меньшем объеме.
5. В целях соблюдения условий договора о своевременной оплате обучения в срок до 1 марта Вам необходимо явиться в бухгалтерию.
6. В связи с изменением наименования университета просим вас переоформить действующую лицензию.

Задание №5. Напишите рекламацию (жалобу, претензию) по поводу несоответствия качества услуг, предоставленных туристической фирмой, условиям, указанным в договоре. Обменяйтесь рекламациями с Вашим соседом по студенческой скамье. Напишите ответы на рекламацию (Вы – на его, он – на Вашу). Продумайте систему аргументов в пользу удовлетворения (или неудовлетворения) изложенных в рекламации требований.

Задание №6. Назовите основные виды устной деловой коммуникации. Составьте схему классификации видов устной деловой коммуникации.

Задание №7. Укажите преимущества телефонной деловой коммуникации.

Задание №8. Смоделируйте и опишите коммуникативную ситуацию деловых переговоров по заключению контракта с рекламной фирмой на создание рекламы нового журнала:

- а) сформулируйте свою цель и цель партнеров по переговорам, коммуникативные стратегии обеих сторон;
- б) выберите место и время проведения переговоров, охарактеризуйте организацию делового пространства;
- в) определите набор формул вежливости для приветствия, представления участников переговоров, благодарности за успех, извинения за возможные сбои, прощания;
- г) продумайте вопросы, которые собираетесь задать, определите наиболее продуктивные в данной ситуации типы вопросов;

- д) сформулируйте предел собственных уступок в процессе ведения переговоров и спрогнозируйте возможные уступки со стороны партнеров;
- е) определите «напряженные» моменты переговоров, способные усложнить, затруднить или прервать коммуникацию, продумайте систему мер, направленных на преодоление возможных коммуникативных барьеров;
- ж) определите факторы, способствующие усилению собственной коммуникативной позиции и укрупнению собеседника;
- з) выберите основной подход ведения переговоров (жесткий, мягкий, принципиальный);
- и) определите, какие условия успешности общения и правила коммуникативного кодекса в конкретной ситуации переговоров могут быть соблюдены, а какие – нет, продумайте систему «защитных мер»;
- к) продумайте возможные тактические приемы реализации вашей стратегии, а также собственное невербальное поведение с точки зрения успешности коммуникации;
- л) опишите в обобщенном виде структуру и этапы переговорного процесса.

Составьте план-сценарий переговоров.

Задание №9. Укажите правильный (предпочтительный) вариант ответа (их может быть несколько):

А. Вам звонят, подняв телефонную трубку, Вы скажете:

1. «Говорите».
2. «Алло».
3. «Слушаю Вас».
4. Назовете свою фирму, затем скажете: «Добрый день!»
5. Назовете свою фирму, Ваши должность и фамилию.
6. Ваш вариант.

Б. Позвонивший высказывает претензию, в которой Вы не виноваты. Ваш ответ:

1. «Я ни при чем».
2. «Я не виноват».
3. «Давайте разберемся».
4. «Вам лучше поговорить с моим коллегой, который занимается этим вопросом».

5. «Оставьте, пожалуйста, Ваш телефон».
6. «Нет, Вы не *правы!*»
7. «Мы непременно разберемся и Вам *перезвоним*, если Вы оставите свой телефон».
8. Ваш вариант.

Поставьте ударение в выделенных курсивом словах. Выпишите номера ответов, в которых использована синекдоха.

В. Позвонивший, не представившись, пускается в объяснение деталей. Вы:

1. вникаете в суть дела и даете ответ;
2. выясняете, кто звонит, кого он представляет, и даете ответ;
3. выясняете, кто звонит, кого он представляет, и в зависимости от этого строите разговор;
4. Ваш вариант.

Задание №10. Какой ответ и почему предпочтительнее:

«Могу ли я Вам чем-то помочь?» или «Чем я могу Вам помочь?»

Дайте объяснение с опорой на языковые средства.

Задание №11. Определите Вашу стратегию и укажите возможные тактические приемы, если:

- 1) клиент хочет сделать заказ;
- 2) клиент проводит предварительную «разведку», желая получить информацию.

Приложение (справочный материал)

По принятому в деловом мире «телефонному этикету» каждый из говорящих должен независимо от хода и завершения разговора придерживаться определенного набора этикетно-речевых формул общения по телефону.

Если звоните вы, уточните, попали ли вы туда, куда хотели. Представьтесь и кратко изложите причину звонка. Для секретаря постарайтесь подобрать самые общие, но необходимые для представления сути дела слова. Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти к аппарату, попросите передать, что вы звонили. Скажите, когда и где вас можно будет легко найти.

Если вы предполагаете, что разговор может затянуться, задайте вопрос: «У вас есть сейчас время для разговора?» Помните, что деловой диалог по телефону – обмен информацией оперативного значения с определенной целью. Говорите кратко, но информативно.

Завершая разговор, постарайтесь в любом случае оставить о себе хорошее впечатление. К словам прощания добавьте фразу типа: «Надеюсь, что наши контакты будут полезными!»

Если вам позвонили и не представились, не назвали причину звонка, постарайтесь уточнить эти данные до начала разговора. В противном случае продолжение контакта неуместно.

Нельзя спрашивать звонящего: «С кем я говорю?» или «Что вам нужно?» Найдите доброжелательную формулу (фирменный стандарт) начала разговора, например, «Доброе утро! Банк Менатеп. У телефона офис-менеджер. Слушаю вас».

Отвечайте одинаково спокойно на все звонки, как бы утомительно это не было. Звонящий не должен расплачиваться за то, что вас только что расстроили.

Демонстрируйте внимание к словам собеседника репликами: «Да», «Понимаю...», «Совершенно верно...» и т.п. По этикету, разговор завершает его инициатор, но если вы чувствуете, что время разговора уходит впустую, постарайтесь дать понять это собеседнику, например, фразой «Думаю, мы выяснили основные детали...»

Умение говорить по телефону, не растрчивая при этом время, предполагает знание некоторых этикетных формул:

Начало разговора (обозначение информационного повода)	Просьба, запрос информации, желание получить совет	Завершение разговора (нейтральное)	Завершение разговора (с надеждой на будущие контакты)
- Вам звонят из фирмы...	- Вас беспокоит...	- До свидания.	- Уверен, что наши контакты будут продуктивны.
- Моя фамилия...	- Могу я поговорить с...	- Всего доброго. Спасибо за информацию.	- Думаю, мы нашли общий язык
- Я хотел бы...	- Я хотел бы узнать...	- Будьте здоровы, всего хорошего.	- Надеюсь, мы продолжим разговор при встрече.
- С вами говорит менеджер по продажам...	- Вы не могли бы дать информацию...		

Исследователи утверждают, что человек принимает решение о продолжении разговора в первые четыре секунды. Но начальная фраза, как правило, нейтральна к основному предмету разговора. Произвести хорошее впечатление сразу вам помогут в первую очередь тембр голоса, интонация уверенности и дружелюбия,

размеренный ритм речи. Далее необходимо продумать главную фразу, решающую вопрос о продолжении разговора; она должна содержать обещание, интригу, новизну подхода к проблеме и т.п.

Нельзя быть уверенным, что каждый телефонный разговор закончится немедленной договоренностью. Но если вы – вежливый человек, не обрывайте разговор, не бурчите, не отмахивайтесь навсегда от этого собеседника; как знать, возможно, позднее вы сами к нему обратитесь.

Среди людей, часто ведущих телефонные разговоры, встречаются чересчур многоречивые. Однако указать им прямо на необходимость сократить поток речи бывает неудобно; вам не хочется обидеть разошедшегося «оратора» даже тогда, когда он говорит вообще не по существу дела. Попробуйте использовать тот факт, что вас только слышат, но не видят. В этом случае вполне уместны следующие фразы (особенно, если они соответствуют действительности):

- Простите, пожалуйста, мне звонят по второму телефону.
- Хотел бы продолжить наш разговор, но через пять минут у меня совещание.
- Извините, нас может прервать международный телефонный звонок. Лучше поговорим в другой раз.
- К сожалению, у меня сейчас важная деловая встреча.

Для того чтобы окончательно убедить собеседника в вашем расположении к нему, добавьте:

- Я позвоню вам в понедельник.
- Позвоните, если ситуация изменится.
- Давайте не будем надолго откладывать встречу.

Если вы не хотите продолжения контактов, а в ином случае не надеетесь на их продолжение, скажите:

- Жаль, что не смог убедить вас.
- Сожалею, что вы не станете нашим клиентом.
- В любом случае желаю вам успехов.
- Буду рад изменению ситуации.

2.3 Типовые проверочные материалы

Вопросы к зачету

«Деловая коммуникация»

1. Понятие «коммуникация»
2. Типы и виды коммуникации
3. Функции коммуникации
4. Условия и факторы коммуникации.
5. Процесс коммуникации и его составляющие.
6. Процесс кодирования и декодирования информации.
7. Каналы коммуникации.
8. Особенности межличностной коммуникации
9. Особенности групповой коммуникации
10. Особенности массовой коммуникации
11. Средства коммуникации: вербальные и невербальные
12. Модель коммуникации как речевого события по Р.Якобсону.
13. Структура общения: интерактивная, коммуникативная и перцептивная стороны.
14. Человек-коммуникатор и его характеристика.
15. Невербальная коммуникация.
16. Роль невербальных средств коммуникации в переговорном процессе.
17. Коммуникант. Типы коммуникантов.
18. Понятие «информация», ее свойства; условия формирования и трансляции информации.
19. Эффективность коммуникации. Факторы эффективности коммуникации
20. Основные правила делового этикета
21. Деловой речевой этикет, его нормы, правила
22. Классификация деловой коммуникации
23. Коммуникативные потоки в организации
24. Групповая коммуникация в организации
25. Сущность лидерства в группе
26. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления.
27. Формы деловой коммуникации в бизнесе.
28. Официально-деловой стиль речи.
29. Публичная коммуникация. Ее формы и жанры.
30. Речевое общение как способ коммуникации. Устная и письменная формы речевой коммуникации

Приложение А Карта тестовых заданий

Компетенция УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Индикатор УК-4.3 Владеет навыками применения различных видов речевой деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в сфере деловой коммуникации

Дисциплина Деловая коммуникация

Описание теста:

1. Тест состоит из 70 заданий, которые проверяют уровень освоения компетенций обучающегося. При тестировании каждому обучающемуся предлагается 30 тестовых заданий по 15 открытого и закрытого типов разных уровней сложности.
2. За правильный ответ тестового задания обучающийся получает 1 условный балл, за неправильный ответ – 0 баллов. По окончании тестирования, система автоматически определяет «заработанный итоговый балл» по тесту, согласно критериям оценки
- 3 Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет – 100 баллов.
4. Тест успешно пройден, если обучающийся правильно ответил на 70% тестовых заданий (61 балл).
5. На прохождение тестирования, включая организационный момент, обучающимся отводится не более 45 минут. На каждое тестовое задание в среднем по 1,5 минуты.
6. Обучающемуся предоставляется одна попытка для прохождения компьютерного тестирования.

Кодификатором теста по дисциплине является раздел рабочей программы «4. Структура и содержание дисциплины (модуля)»

Комплект тестовых заданий

Задания закрытого типа

Задания альтернативного выбора

Простые (1 уровень)

1. Субъекты деловой коммуникации:

- А) люди, группы людей, участвующие в достижении профессиональных целей;**
- Б) люди, группы людей, участвующие в досуговой деятельности;
- В) члены семейной группы.

2. Признаки деловой коммуникации:

- А) эмоционально-чувственный характер;
- Б) дистантная, контактная;
- В) рациональный иерархический характер, целесообразность.**

3. Неформальная коммуникация в организации:

- А) контакты между сотрудниками, не связанные с иерархией организации;**
- Б) контакты между представителями одной иерархической группы в организации;
- В) контакты между деловыми партнерами.

4. Термин «виноградная лоза» в деловых коммуникациях обозначает:

- А) множество видов контактов в деловой сфере;
- Б) сочетание формальной и неформальной коммуникации;
- В) контакты в виде слухов.**

5. Физические барьеры коммуникации:

- А) температура; акустические помехи, погодные условия;**
- Б) уровень интеллекта коммуникантов, информационная культура;
- В) состояние здоровья, эмоциональные нагрузки, шум в помещении.

6. Социокультурные барьеры коммуникации:

- А) личностные особенности коммуникантов;
- Б) психологическое состояние коммуникантов;
- В) этнические, демографические, религиозные особенности коммуникантов.**

Средне-сложные (2 уровень)

7. Целью изучения дисциплины Деловая коммуникация является:

- А) освоение методов управления деловой коммуникацией;
- Б) формирование и развитие коммуникативных компетенций, которые позволят осуществлять профессиональную деятельность на основе эффективных форм и приемов деловых коммуникаций;**
- В) осознание значения деловой коммуникации в создании делового имиджа сотрудника организации.

8. Коммуникационная потребность, согласно теории А.Маслоу, относится к:

- А) базовым потребностям человека;**
- Б) потребности социального признания;
- В) потребности самоактуализации.

9. К дисциплинам, изучавшим коммуникацию в Древней Греции, относятся:

- А) лингвистика, философия;
- Б) философия, грамматика;
- В) логика, риторика.**

10. Наука семиотика изучает:

- А) коммуникативные системы и знаки;**
- Б) информационные технологии;
- В) информационные системы.

11. Цель делового общения:

- А) повышение эффективности деловой деятельности;
- Б) решение психологических проблем;
- В) обмен деловой информацией.

12. Коммуникативная компетентность специалиста включает следующие компоненты:

А) знание информационных технологий и систем;

Б) знание основ психологии, основ педагогики;

В) коммуникативная способность, коммуникативное знание, коммуникативное умение.

13. Предмет общения в деловой коммуникации:

А) совместная деятельность в профессиональной сфере;

Б) личностные проблемы участников коммуникации;

В) социально-политические проблемы.

14. Линейная модель коммуникации Г.Лассуэла включает :

А) три компонента;

Б) восемь элементов;

В) пять элементов.

15. Определенная структура психики, формирующаяся в результате взаимодействия биологических, социальных психических и духовных факторов, - это:

А) темперамент человека;

Б) личность;

В.) человек.

16. Паралингвистические средства коммуникации:

А) схемы, таблицы, слайды;

Б) социальные сети;

В) мимика, жесты, интонация, тон речи.

17. Этот функциональный стиль обеспечивает коммуникацию в официальной сфере между организациями и внутри учреждения:

А) официально-деловой стиль;

Б) стиль дипломатического общения;

В) научный стиль.

18. Этот функциональный стиль характеризует оценочная позиция автора, образность, призыв к определенным действиям и умонастроению:

А) художественный;

Б) публицистический;

В) научно-популярный.

19. Доминантой этого стиля является сведение до минимума заботы о форме выражения мыслей:

А) официально-деловой стиль;

Б) научный стиль;

В) разговорный стиль.

20. Доминантой этого стиля является предельная точность и однозначность:

А) официально-делового стиля;

Б) научного стиля;

В) публицистического стиля.

21. Совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенной социальной группы или профессии и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующий нормам литературного языка, определяется как:

А) просторечие;

Б) сленг;

В) профессионализмы.

22. Текст, управляющий действиями людей и обладающий юридической силой, это:

А) документ;

Б) распоряжение;

В) деловое письмо.

Сложные (3 уровень)

23. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми и группами, порождаемый потребностями совместной деятельности:

А) коммуникация;

Б) взаимопонимание;

В) общение.

24. Обеспечивают психологический комфорт, установление личных контактов, проявление интересов, что способствует эффективности деловой коммуникации и дополняет её:

А) неформальные коммуникации в деловой сфере;

Б) слухи и сплетни;

В) деловые игры.

25. Рефлексивное и нерефлексивное слушание в процессе деловой коммуникации различаются тем, что...

А) рефлексивное сопровождается жестами и мимикой, нерефлексивное – нет;

Б) рефлексивное слушание направлено на установление активной обратной связи с собеседником, а нерефлексивное - на максимальную сосредоточенность на речи собеседника без вмешательства репликами и замечаниями;

В) рефлексивное требует ответа собеседника, нерефлексивное – нет.

Задания на установление соответствия

Простые (1 уровень)

26. Установите соответствие:

(1А, 2Б)

1. Главное требование к культуре речи, предъявляемое в сфере деловой коммуникации

2. Акцентологическое требование к культуре речи

А) умение говорить правильно, грамотно, не допуская речевых ошибок

Б) умение ставить правильное ударение в словах

27. Установите соответствие:

(1Б, 2А)

- 1) Внешние коммуникации в деловой сфере обеспечивают
- 2) Внутренние связи в деловой коммуникации обеспечивают

- А) Деятельность и взаимодействие между структурными элементами организации, сотрудниками
Б) Деятельность организации и взаимодействие с социальной средой: банками, партнерами, конкурентами, рекламными учреждениями

Средне-сложные (2 уровень)

28. Установите соответствие:

(1Б, 2А)

- 1) Соответствуют литературной норме словосочетания
- 2) Не соответствуют литературной норме словосочетания

- А) Заведующий кафедры, командующий армии, управляющий фонда
Б) Заместитель декана, инструктор по плаванию

29. Установите соответствие :

(1Б, 2А)

- 1) Являются названиями современных профессий слова
- 2) Не являются названиями современных профессий слова

- А) Пресс-релиз, гуру, модератор
Б) Продюсер, дизайнер

30. Установите соответствие:

(1А, 2Б)

- 1) Тавтологичными являются словосочетания
- 2) Не являются тавтологичными словосочетания

- А) Период времени, запретительное вето
Б) Беспрецедентное вето, авторитетный лидер

31. Установите соответствие:

(1А, 2Б)

- 1) Правильно составлены ряды слов, близких по значению
- 2) Неправильно составлены ряды слов, близких по значению

- А) эскорт — свита, сопровождение, прикрытие, конвой; штампель — знак, метка, отметка, клеймо, печать; фетиш — идол, кумир, божок
Б) идефикс - состав, раствор, закрепитель; пресс-секретарь — ходатай, адвокат, посредник

32. Установите соответствие:

(1Б, 2А)

- 1) Правильное соотношение заимствованных слов и русских соответствий
- 2) Неправильное соотношение заимствованных слов и русских соответствий

А) консервация – приспособление, декларация – официальное одобрение

Б) аккумуляция – накопление, гибридизация – скрещивание

33. Установите соответствие:

(1А, 2Б)

- 1) Синонимы представлены в парах слов
- 2) В парах слов представлены не синонимы

А) бизнесмен-предприниматель, менеджер-управленец, дизайнер – художник-конструктор

Б) демарш-марафон, катарсис-воспаление, гуру-ценитель изысканной пищи

34. Установите соответствие:

(1Б, 2А)

- 1) Барьеры непонимания в деловой коммуникации: фонетический, стилистический
- 2) Барьеры непонимания в деловой коммуникации: семантический, логический

А) различие в системах значений понятий, неумение формулировать мысли и выражать их в причинно-логической связи

Б) несоответствие стиля речи ситуации делового общения, скорость, громкость и темп речи

Сложные (3 уровень)

35. Установите соответствие:

(1Б, 2А, 3В)

- 1) Убеждающее общение
- 2) Суггестивное общение
- 3) Ритуальное общение

А) умение внушать, мотивационная коррекция

Б) попытка вызвать изменение в убеждениях, отношении и поведении

В) опора на национальные, территориальные, профессиональные традиции, создание адекватной ситуации настроения

Задания открытого типа

Задания на дополнение

Простые (1 уровень)

36. Коммуникационная потребность, согласно теории потребностей А.Маслоу, относится к числу потребностей человека (**основных, базовых**)

37. Древнейшие научные дисциплины, изучавшие коммуникацию, - _____ могли появиться, когда возникла настоятельная потребность в публичной речи (**логика, риторика**)

38. Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми группами, порождаемый потребностями совместной деятельности, называется _____ (**общение**).

39. Такой вид общения применяется для передачи и получения информации, её интерпретации и комментирования - _____ (**познавательное**)

40. Такой вид общения имеет целью сформировать у участников коммуникации психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания - _____ (**экспрессивное**)

41. Такой вид общения основан на искусстве внушения и широко применяется на деловых совещаниях и воспитательных беседах - _____ (**суггестивное**)

42. Коммуникации между организацией и внешней средой, направленные на установление связей с банками, партнерами, продвижение рекламы организации, называются _____ (**внешними коммуникациями**).

Средне-сложные (2 уровень)

43. Коммуникации внутри организации, осуществляющие передачу информации с уровня на уровень или между работниками, называются _____ (**внутренними коммуникациями**).

44. При _____ слушании в процессе деловой коммуникации происходит переживание чувств и эмоциональных состояний собеседника (**эмпатическом**).

45. Такая речь в деловой коммуникации – речь монологическая, публичная, обращенная к аудитории с целью убеждения и внушения, называется _____ (**ораторской**).

46. Смысловое значение слова _____ - это связь, сообщение, общение. (**коммуникация**)

47. В деловой коммуникации подчинение определенным правилам, образцам, то есть порядок проведения заседания, конференции, совещания и т.д., это _____ (**регламент, регламентация**)

48. Язык при общении в деловой коммуникации, который скрывает истинный смысл, смягчает психологические удары собеседников, позволяет манипулировать партнером, называется _____ (**метаязык**)

49. Препятствия в процессе коммуникации, которые препятствуют её эффективности, - это _____ (**барьеры коммуникации**)

50. _____ язык – это основа национального языка, нормативный, эталонный язык, обработанный писателями, лингвистами, закрепленный в словарях, энциклопедиях, справочниках (**литературный**)
51. Беззвучная речь, скрытая вербализация, возникающая в процессе мышления, главная функция которой – подготовка внешней речи, называется _____ (**внутренней**)
52. Коммуникации в организации, которые осуществляются по неформальным каналам связи, реализующие потребности человека в общении, называются _____ (**неформальные**)
53. Физический процесс организации элементов сообщения для передачи адресату – это _____. Оно в устной коммуникации происходит в подборе слов, предложений, артикуляции; в коммуникации с помощью технических средств – в переводе речи в цепочку электрических сигналов (**кодирование**)
54. В модели коммуникации имеется такой элемент, как _____. Это любой фактор, осложняющий процесс коммуникации (**шум**)
55. _____ - проявление типа нервной системы в деятельности человека, индивидуально-психологические особенности личности, в которых проявляется подвижность нервных процессов, сила, уравновешенность (**темперамент**)
56. _____ - это совокупность индивидуальных особенностей личности, проявляющихся в деятельности и общении, проявляя типичные для нее способы поведения и реагирования на жизненные обстоятельства (**характер**)
57. Передача информации посредством речи как письменной, так и устной, называется _____ коммуникацией (**вербальной**)
58. Форма общения, коммуникации посредством языка называется _____. В этой форме может реализоваться все богатство языка (**речь**)
59. Система знаков, служащая средством человеческого общения и деятельности - _____. Формируется в определенной национальной культуре (**язык**)
60. Наука выделяет четыре вида речевой деятельности - это _____ (**говорение, слушание, чтение, письмо**)
61. Социальная разновидность речи со специфической лексикой и фразеологией, отличающейся от общенародного языка, являющейся средством неформальной коммуникации в устойчивых профессиональных и социальных группах, определяется как _____ (**жаргон, сленг**)

62. Оценочная позиция втора, прямые обращения к адресату, образность, призыв к определенным действиям характеризуют _____ стиль речи (**публицистический**)

63. Коммуникацию в официальной сфере между организациями и учреждениями, между юридическими и физическими лицами обеспечивает _____ стиль речи (**официально-деловой**)

64. В деловом общении в диалоге собеседников рассеянное внимание, перебивания, поспешные возражения выявляют _____ (**ошибки слушания**)

65. Являющимся важнейшим носителем информации, _____ - это материальный объект с закрепленной на нем информацией для передачи её во времени и пространстве, с реквизитами, позволяющими её идентифицировать (**документ**)

66. Вид документа, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период, о выполнении мероприятий, поручений, заданий, предоставляемый руководителю, - это _____ (**отчет**)

Сложные (3 уровень)

67. В основе служебного общения лежат определенные нормы взаимодействия, обеспечивающие правильное отношение к руководству, коллегам, поведению на рабочем месте, закрепленные в _____ (**служебном этикете**)

68. Образ человека в деловом общении, отражающим его статус, положение, престиж, привлекательность, называется _____ (**имидж**)

69. Интересы и склонности, темперамент, характер, волевые качества, способности, эмоции и мотивация все это составляет _____ (**структуру личности, личность**)

70. В организации общение между руководителями, имеющими одинаковый статус, а также между работниками, имеющими одинаковый объем полномочий и информации, называется _____ (**горизонтальная коммуникация**)

Карта учета тестовых заданий (вариант 1)

Компетенция	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
Индикатор	УК-4.3 Владеет навыками применения различных видов речевой деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в сфере деловой коммуникации		
Дисциплина	Деловая коммуникация		
Уровень освоения	Тестовые задания		Итого
	Закрытого типа	Открытого типа	
	Альтернативный выбор	Установление соответствия/ последовательности	На дополнение

1.1.1 (20%)	5	2	7	14
1.1.2 (70%)	17	7	24	48
1.1.3 (10%)	3	1	4	8
Итого:	25 шт.	10 шт.	35 шт.	70 шт.

Карта учета тестовых заданий (вариант 2)

Компетенция	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
Индикатор	УК-4.3 Владеет навыками применения различных видов речевой деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в сфере деловой коммуникации		
Дисциплина	Деловая коммуникация		
Уровень освоения	Тестовые задания		
	Закрытого типа		Открытого типа
	Альтернативного выбора	Установление соответствия/Установление последовательности	На дополнение
1.1.1	<p>1. Субъекты деловой коммуникации: А) люди, группы людей, участвующие в достижении профессиональных целей; Б) люди, группы людей, участвующие в досуговой деятельности; В) члены семейной группы.</p> <p>2. Признаки деловой коммуникации: А) эмоционально-чувственный характер; Б) дистантная, контактная; В) рациональный иерархический характер, целесообразность.</p> <p>3. Неформальная коммуникация в организации: А) контакты между сотрудниками, не связанные с иерархией организации; Б) контакты между представителями одной иерархической группы в организации; В) контакты между деловыми партнерами.</p>	<p>26. Установите соответствие: (1А, 2Б) 1. Главное требование к культуре речи, предъявляемое в сфере деловой коммуникации 2. Акцентологическое требование к культуре речи</p> <p>А) умение говорить правильно, грамотно, не допуская речевых ошибок Б) умение ставить правильное ударение в словах</p> <p>27. Установите соответствие: (1Б, 2А) 1) Внешние коммуникации в деловой сфере обеспечивают 2) Внутренние связи в деловой коммуникации обеспечивают</p> <p>А) Деятельность и взаимодействие между структурными элементами организации, сотрудниками Б) Деятельность организации и взаимодействие с социальной средой: банками, партнерами, конкурентами, рекламными учреждениями</p>	<p>36. Коммуникационная потребность, согласно теории потребностей А.Маслоу, относится к числу потребностей человека (основных, базовых)</p> <p>37. Древнейшие научные дисциплины, изучавшие коммуникацию, - _____ могли появиться, когда возникла настоятельная потребность в публичной речи (логика, риторика)</p> <p>38. Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми группами, порождаемый потребностями совместной деятельности, называется _____ (общение).</p> <p>39. Такой вид общения применяется для передачи и получения информации, её интерпретации и комментирования - _____ (познавательное)</p> <p>40. Такой вид общения имеет целью сформировать у участников коммуникации психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания - _____ (экспрессивное)</p>

	<p>4. Термин «виноградная лоза» в деловых коммуникациях обозначает: А) множество видов контактов в деловой сфере; Б) сочетание формальной и неформальной коммуникации; В) контакты в виде слухов.</p> <p>5. Физические барьеры коммуникации: А) температура; акустические помехи, погодные условия; Б) уровень интеллекта коммуникантов, информационная культура; В) состояние здоровья, эмоциональные нагрузки, шум в помещении.</p> <p>6. Социокультурные барьеры коммуникации: А) личностные особенности коммуникантов; Б) психологическое состояние коммуникантов; В) этнические, демографические, религиозные особенности коммуникантов.</p>		<p>41. Такой вид общения основан на искусстве внушения и широко применяется на деловых совещаниях и воспитательных беседах - _____ (суггестивное)</p> <p>42. Коммуникации между организацией и внешней средой, направленные на установление связей с банками, партнерами, продвижение рекламы организации, называются _____ (внешними коммуникациями).</p>
1.1.2	<p>7. Целью изучения дисциплины Деловая коммуникация является: А) освоение методов управления деловой коммуникацией; Б) формирование и развитие коммуникативных компетенций, которые позволят осуществлять профессиональную деятельность на основе эффективных форм и приемов деловых коммуникаций; В) осознание значения</p>	<p>28. Установите соответствие: (1Б, 2А) 1) Соответствуют литературной норме словосочетания 2) Не соответствуют литературной норме словосочетания</p> <p>А) Заведующий кафедры, командующий армии, управляющий фонда Б) Заместитель декана, инструктор по плаванию</p>	<p>43. Коммуникации внутри организации, осуществляющие передачу информации с уровня на уровень или между работниками, называются _____ (внутренними коммуникациями).</p> <p>44. _____ При слушании в процессе деловой коммуникации происходит переживание чувств и эмоциональных состояний собеседника (эмпатическом).</p>

	<p>деловой коммуникации в создании делового имиджа сотрудника организации.</p> <p>8. Коммуникационная потребность, согласно теории А.Маслоу, относится к: А) базовым потребностям человека; Б) потребности социального признания; В) потребности самоактуализации.</p> <p>9. К дисциплинам, изучавшим коммуникацию в Древней Греции, относятся: А) лингвистика, философия; Б) философия, грамматика; В) логика, риторика.</p> <p>10. Наука семиотика изучает: А) коммуникативные системы и знаки; Б) информационные технологии; В) информационные системы.</p> <p>11. Цель делового общения: А) повышение эффективности деловой деятельности; Б) решение психологических проблем; В) обмен деловой информацией.</p> <p>12. Коммуникативная компетентность специалиста включает следующие компоненты: А) знание информационных технологий и систем; Б) знание основ психологии, основ педагогики; В) коммуникативная способность, коммуникативное знание, коммуникативное умение.</p> <p>13. Предмет общения в деловой коммуникации: А) совместная деятельность в профессиональной сфере;</p>	<p>29. Установите соответствие : (1Б, 2А) 1) Являются названиями современных профессий слова 2) Не являются названиями современных профессий слова А) Пресс-релиз, гурю, модератор Б) Продюсер, дизайнер</p> <p>30. Установите соответствие: (1А, 2Б) 1) Тавтологичными являются словосочетания 2) Не являются тавтологичными словосочетания А) Период времени, запретительное вето Б) Беспрецедентное вето, авторитетный лидер</p> <p>31. Установите соответствие: (1А, 2Б) 1) Правильно составлены ряды слов, близких по значению 2) Неправильно составлены ряды слов, близких по значению А) эскорт — свита, сопровождение, прикрытые, конвой; штемпель — знак, метка, отметка, клеймо, печать; фетиш — идол, кумир, божок Б) идефикс - состав, раствор, закрепитель; пресс-секретарь — ходатай, адвокат, посредник</p> <p>32. Установите соответствие: (1Б, 2А) 1) Правильное соотношение</p>	<p>45. Такая речь в деловой коммуникации – речь монологическая, публичная, обращенная к аудитории с целью убеждения и внушения, называется _____ (ораторской).</p> <p>46. Смысловое значение слова _____ - это связь, сообщение, общение. (коммуникация)</p> <p>47. В деловой коммуникации подчинение определенным правилам, образцам, то есть порядок проведения заседания, конференции, совещания и т.д., это _____ (регламент, регламентация)</p> <p>48. Язык при общении в деловой коммуникации, который скрывает истинный смысл, смягчает психологические удары собеседников, позволяет манипулировать партнером, называется _____ (метаязык)</p> <p>49. Препятствия в процессе коммуникации, которые препятствуют её эффективности, - _____ это _____ (барьеры коммуникации)</p> <p>50. _____ язык – это основа национального языка, нормативный, эталонный язык, обработанный писателями, лингвистами, закрепленный в словарях, энциклопедиях, справочниках (литературный)</p> <p>51. Беззвучная речь, скрытая вербализация, возникающая в процессе мышления, главная функция которой – подготовка внешней речи, называется _____ (внутренней)</p> <p>52. Коммуникации в организации, которые осуществляются по неформальным каналам связи, реализующие потребности человека в общении, называются _____ (неформальные)</p> <p>53. Физический процесс</p>
--	--	---	--

	<p>Б) личностные проблемы участников коммуникации; В) социально-политические проблемы.</p> <p>14. Линейная модель коммуникации Г.Лассуэлавключает : А) три компонента; Б) восемь элементов; В) пять элементов.</p> <p>15. Определенная структура психики, формирующаяся в результате взаимодействия биологических, социальных психических и духовных факторов, - это: А) темперамент человека; Б) личность; В.) человек.</p> <p>16. Паралингвистические средства коммуникации: А) схемы, таблицы, слайды; Б) социальные сети; В) мимика, жесты, интонация, тон речи.</p> <p>17. Этот функциональный стиль обеспечивает коммуникацию в официальной сфере между организациями и внутри учреждения: А) официально-деловой стиль; Б) стиль дипломатического общения; В) научный стиль.</p> <p>18. Этот функциональный стиль характеризует оценочная позиция автора, образность, призыв к определенным действиям и умонастроению: А) художественный; Б) публицистический; В) научно-популярный.</p> <p>19. Доминантой этого стиля является сведение до минимума заботы о форме выражения мыслей: А) официально-деловой стиль; Б) научный стиль; В) разговорный стиль.</p> <p>20. Доминантой этого</p>	<p>заимствованных слов и русских соответствий 2) Неправильное соотношение заимствованных слов и русских соответствий</p> <p>А) консервация – приспособление, декларация – официальное одобрение Б) аккумуляция – накопление, гибридизация – скрещивание</p> <p>33. Установите соответствие: (1А, 2Б) 1) Синонимы представлены в парах слов 2) В парах слов представлены не синонимы</p> <p>А) бизнесмен-предприниматель, менеджер-управленец, дизайнер – художник-конструктор Б) демарш-марафон, катарсис-воспаление, гуру-ценитель изысканной пищи</p> <p>34. Установите соответствие: (1Б, 2А) 1) Барьеры непонимания в деловой коммуникации: фонетический, стилистический 2) Барьеры непонимания в деловой коммуникации: семантический, логический</p> <p>А) различие в системах значений понятий, неумение формулировать мысли и выражать их в причинно-логической связи Б) несоответствие стиля речи ситуации делового общения, скорость,</p>	<p>организации элементов сообщения для передачи адресату – это _____ . Оно в устной коммуникации происходит в подборе слов, предложений, артикуляции; в коммуникации с помощью технических средств – в переводе речи в цепочку электрических сигналов (кодирование)</p> <p>54. В модели коммуникации имеется такой элемент, как _____. Это любой фактор, осложняющий процесс коммуникации (шум)</p> <p>55. _____ _ - проявление типа нервной системы в деятельности человека, индивидуально-психологические особенности личности, в которых проявляется подвижность нервных процессов, сила _____, уравновешенность (темперамент)</p> <p>56. _____ _ - это совокупность индивидуальных особенностей личности, проявляющихся в деятельности и общении, проявляя типичные для нее способы поведения и реагирования на жизненные обстоятельства (характер)</p> <p>57. Передача информации посредством речи как письменной, так и устной, называется _____ коммуникацией (вербальной)</p> <p>58. Форма общения, коммуникации посредством языка называется _____. В этой форме может реализоваться все богатство языка (речь)</p> <p>59. Система знаков, служащая средством человеческого общения и деятельности - _____. Формируется в определенной национальной культуре (язык)</p> <p>60. Наука выделяет четыре вида речевой деятельности - это _____</p>
--	--	--	--

	<p>стиля является предельная точность и однозначность: А) официально-делового стиля; Б) научного стиля; В) публицистического стиля.</p> <p>21. Совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенной социальной группы или профессии и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующий нормам литературного языка, определяется как: А. просторечие; Б. сленг; В. профессионализмы.</p> <p>22. Текст, управляющий действиями людей и обладающий юридической силой, это: А) документ; Б) распоряжение; В) деловое письмо.</p>	<p>громкость и темп речи</p>	<p>_____ (говорение, слушание, чтение, письмо)</p> <p>61. Социальная разновидность речи со специфической лексикой и фразеологией, отличающейся от общенародного языка, являющейся средством неформальной коммуникации в устойчивых профессиональных и социальных группах, определяется как _____ (жаргон, сленг)</p> <p>62. Оценочная позиция автора, прямые обращения к адресату, образность, призыв к определенным действиям характеризуют _____ стиль речи (публицистический)</p> <p>63. Коммуникацию в официальной сфере между организациями и учреждениями, между юридическими и физическими лицами обеспечивает _____ стиль речи (официально-деловой)</p> <p>64. В деловом общении в диалоге собеседников рассеянное внимание, перебивания, поспешные возражения выявляют _____ (ошибки слушания)</p> <p>65. Являющимся важнейшим носителем информации, _____ - это материальный объект с закрепленной на нем информацией для передачи её во времени и пространстве, с реквизитами, позволяющими её идентифицировать (документ)</p> <p>66. Вид документа, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период, о выполнении мероприятий, поручений, заданий, предоставляемый руководителю, _____ - это _____ (отчет)</p>
1.1.3	23. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми и группами, порождаемый	35. Установите соответствие: (1Б, 2А, 3В) 1) Убеждающее общение 2) Суггестивное общение	67. В основе служебного общения лежат определенные нормы взаимодействия, обеспечивающие правильное отношение к руководству,

	<p>потребностями совместной деятельности: А) коммуникация; Б) взаимопонимание; В) общение.</p> <p>24. Обеспечивают психологический комфорт, установление личных контактов, проявление интересов, что способствует эффективности деловой коммуникации и дополняет её: А) неформальные коммуникации в деловой сфере; Б) слухи и сплетни; В) деловые игры.</p> <p>25. Рефлексивное и нерефлексивное слушание в процессе деловой коммуникации различаются тем, что... А) рефлексивное сопровождается жестами и мимикой, нерефлексивное – нет; Б) рефлексивное слушание направлено на установление активной обратной связи с собеседником, а нерефлексивное - на максимальную сосредоточенность на речи собеседника без вмешательства репликами и замечаниями; В) рефлексивное требует ответа собеседника, нерефлексивное – нет.</p>	<p>3) Ритуальное общение</p> <p>А) умение внушать, мотивационная коррекция Б) попытка вызвать изменение в убеждениях, отношении и поведении В) опора на национальные, территориальные, профессиональные традиции, создание адекватной ситуации настроения</p>	<p>коллегам, поведению на рабочем месте, закреплённые в _____ (служебном этикете)</p> <p>68. Образ человека в деловом общении, отражающим его статус, положение, престиж, привлекательность, называется _____ (имидж)</p> <p>69. Интересы и склонности, темперамент, характер, волевые качества, способности, эмоции и мотивация все это составляет _____ (структуру личности, личность)</p> <p>70. В организации общение между руководителями, имеющими одинаковый статус, а также между работниками, имеющими одинаковый объем полномочий и информации, называется _____ (горизонтальная коммуникация)</p>
Итого:	25 шт.	10 шт.	35 шт.

Критерии оценивания

Критерии оценивания тестовых заданий

Критерии оценивания: правильное выполнение одного тестового задания оценивается 1 баллом, неправильное – 0 баллов.

Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл – 100 баллов.

Шкала оценивания результатов компьютерного тестирования обучающихся
(рекомендуемая)

Оценка	Процент верных ответов	Баллы
«удовлетворительно»	70-79%	61-75 баллов
«хорошо»	80-90%	76-90 баллов
«отлично»	91-100%	91-100 баллов

Ключи ответов

№ тестовых заданий	Номер и вариант правильного ответа	36	основных, базовых
1	А) люди, группы людей, участвующие в достижении профессиональных целей	37	логика, риторика
2	В) рациональный иерархический характер, целесообразность	38	общение
3	А) контакты между сотрудниками, не связанные с иерархией организации;	39	познавательное
4	В) контакты в виде слухов	40	экспрессивное
5	А) температура; акустические помехи, погодные условия	41	суггестивное
6	В) этнические, демографические, религиозные особенности коммуникантов.	42	внешними коммуникациями
7	Б) формирование и развитие коммуникативных компетенций, которые позволят осуществлять профессиональную деятельность на основе эффективных форм и приемов деловых коммуникаций	43	внутренними коммуникациями
8	А) базовым потребностям человека	44	эмпатическом
9	В) логика, риторика	45	ораторской
10	А) коммуникативные системы и знаки	46	коммуникация
11	А) повышение эффективности деловой деятельности;	47	регламент, регламентация
12	В) коммуникативная способность, коммуникативное знание, коммуникативное умение	48	метаязык
13	А) совместная деятельность в профессиональной сфере	49	барьеры коммуникации
14	В) пять элементов	50	литературный
15	Б) личность	51	внутренней
16	В) мимика, жесты, интонация, тон речи	52	неформальные
17	А) официально-деловой стиль	53	кодирование
18	Б) публицистический	54	шум
19	В) разговорный стиль	55	темперамент

20	А) официально-делового стиля	56	характер
21	Б) сленг	57	вербальной
22	А) документ	58	речь
23	В) общение	59	язык
24	А) неформальные коммуникации в деловой сфере	60	говорение, слушание, чтение, письмо
25	Б) рефлексивное слушание направлено на установление активной обратной связи с собеседником, а нерефлексивное - на максимальную сосредоточенность на речи собеседника без вмешательства репликами и замечаниями	61	жаргон, сленг
26	(1А, 2Б)	62	публицистический
27	(1Б, 2А)	63	официально-деловой
28	(1Б, 2А)	64	ошибки слушания
29	(1Б, 2А)	65	документ
30	(1А, 2Б)	66	отчет
31	(1А, 2Б)	67	служебном этикете
32	(1Б, 2А)	68	имидж
33	(1А, 2Б)	69	структуру личности, личность
34	(1Б, 2А)	70	горизонтальная коммуникация
35	(1Б, 2А, 3В)		

Демоверсия

Комплект тестовых заданий

Компетенция УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Индикатор УК-4.3 Владеет навыками применения различных видов речевой деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в сфере деловой коммуникации

Дисциплина Деловая коммуникация

Задания закрытого типа

Задания альтернативного выбора

Простые (1 уровень)

*Выберите **один** правильный ответ*

1. Субъекты деловой коммуникации:

А) люди, группы людей, участвующие в достижении профессиональных целей;

Б) люди, группы людей, участвующие в досуговой деятельности;

В) члены семейной группы.

2. Термин «виноградная лоза» в деловых коммуникациях обозначает:

- А) множество видов контактов в деловой сфере;
- Б) сочетание формальной и неформальной коммуникации;
- В) контакты в виде слухов.**

Средне-сложные (2 уровень)

3. Целью изучения дисциплины Деловая коммуникация является:

- А) освоение методов управления деловой коммуникацией;
- Б) формирование и развитие коммуникативных компетенций, которые позволят осуществлять профессиональную деятельность на основе эффективных форм и приемов деловых коммуникаций;**
- В) осознание значения деловой коммуникации в создании делового имиджа сотрудника организации.

4. Коммуникационная потребность, согласно теории А.Маслоу, относится к:

- А) базовым потребностям человека;**
- Б) потребности социального признания;
- В) потребности самоактуализации.

5. К дисциплинам, изучавшим коммуникацию в Древней Греции, относятся:

- А) лингвистика, философия;
- Б) философия, грамматика;
- В) логика, риторика.**

6. Цель делового общения:

- А) повышение эффективности деловой деятельности;**
- Б) решение психологических проблем;
- В) обмен деловой информацией.

7. Паралингвистические средства коммуникации:

- А) схемы, таблицы, слайды;
- Б) социальные сети;
- В) мимика, жесты, интонация, тон речи.**

8. Этот функциональный стиль характеризует оценочная позиция автора, образность, призыв к определенным действиям и умонастроению:

- А) художественный;
- Б) публицистический;**
- В) научно-популярный.

9. Совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенной социальной группы или профессии и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующий нормам литературного языка, определяется как:

- А) просторечие;
- Б) сленг;**
- В) профессионализмы.

Сложные (3 уровень)

10. Обеспечивают психологический комфорт, установление личных контактов, проявление интересов, что способствует эффективности деловой коммуникации и дополняет её:

А) **неформальные коммуникации в деловой сфере;**

Б) слухи и сплетни;

В) деловые игры.

Задания на установление соответствия

Простые (1 уровень)

11. Установите соответствие:

(1А, 2Б)

1. Главное требование к культуре речи, предъявляемое в сфере деловой коммуникации

2. Акцентологическое требование к культуре речи

А) Заведующий кафедры, командующий армии, управляющий фонда

Б) Заместитель декана, инструктор по плаванию

Средне-сложные (2 уровень)

12. Установите соответствие :

(1Б, 2А)

1) Являются названиями современных профессий слова

2) Не являются названиями современных профессий слова

А) Пресс-релиз, гуру, модератор

Б) Продюсер, дизайнер

13. Установите соответствие:

(1Б, 2А)

1) Правильное соотношение заимствованных слов и русских соответствий

2) Неправильное соотношение заимствованных слов и русских соответствий

А) консервация – приспособление, декларация – официальное одобрение

Б) аккумуляция – накопление, гибридизация – скрещивание

14. Установите соответствие:

(1А, 2Б)

1) Синонимы представлены в парах слов

2) В парах слов представлены не синонимы

А) бизнесмен-предприниматель, менеджер-управленец, дизайнер – художник-конструктор

Б) демарш-марафон, катарсис-воспаление, гуру-ценитель изысканной пищи

Сложные (3 уровень)

15. Установите соответствие:

(1Б, 2А, 3В)

1) Убеждающее общение

2) Суггестивное общение

3) Ритуальное общение

А) умение внушать, мотивационная коррекция

Б) попытка вызвать изменение в убеждениях, отношении и поведении

В) опора на национальные, территориальные, профессиональные традиции, создание адекватной ситуации настроения

Задания открытого типа

Задания на дополнение

16. Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми группами, порождаемый потребностями совместной деятельности, называется _____ (**общение**).

17. Такой вид общения основан на искусстве внушения и широко применяется на деловых совещаниях и воспитательных беседах - _____ (**суггестивное**)

18. Коммуникации между организацией и внешней средой, направленные на установление связей с банками, партнерами, продвижение рекламы организации, называются _____ (**внешними коммуникациями**).

Средне-сложные (2 уровень)

19. Такая речь в деловой коммуникации – речь монологическая, публичная, обращенная к аудитории с целью убеждения и внушения, называется _____ (**ораторской**)

20. Язык при общении в деловой коммуникации, который скрывает истинный смысл, смягчает психологические удары собеседников, позволяет манипулировать партнером, называется _____ (**метаязык**)

21. Препятствия в процессе коммуникации, которые препятствуют её эффективности, - это _____ (**барьеры коммуникации**)

22. _____ язык – это основа национального языка, нормативный, эталонный язык, обработанный писателями, лингвистами, закрепленный в словарях, энциклопедиях, справочниках (**литературный**)

23. Беззвучная речь, скрытая вербализация, возникающая в процессе мышления, главная функция которой – подготовка внешней речи, называется _____ (**внутренней**)

24. _____ - проявление типа нервной системы в деятельности человека, индивидуально-психологические особенности личности, в которых проявляется подвижность нервных процессов, сила, уравновешенность (**темперамент**)

25. Передача информации посредством речи как письменной, так и устной, называется _____ коммуникацией (**вербальной**)

26. Наука выделяет четыре вида речевой деятельности - это _____ (**говорение, слушание, чтение, письмо**)

27. Коммуникацию в официальной сфере между организациями и учреждениями, между юридическими и физическими лицами обеспечивает _____ стиль речи
(официально-деловой)

28. Вид документа, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период, о выполнении мероприятий, поручений, заданий, предоставляемый руководителю, - это _____ (отчет)

Сложные (3 уровень)

29. Образ человека в деловом общении, отражающим его статус, положение, престиж, привлекательность, называется _____ (имидж)

30. В организации общение между руководителями, имеющими одинаковый статус, а также между работниками, имеющими одинаковый объем полномочий и информации, называется _____ (горизонтальная коммуникация)

Ключи ответов

№	Номер и вариант правильного ответа	№	общение
1	А) люди, группы людей, участвующие в достижении профессиональных целей	16	общение
2	В) контакты в виде слухов	17	суггестивное
3	Б) формирование и развитие коммуникативных компетенций, которые позволят осуществлять профессиональную деятельность на основе эффективных форм и приемов деловых коммуникаций;	18	внешними коммуникациями
4	А) базовым потребностям человека	19	ораторской
5	В) логика, риторика	20	метаязык
6	А) повышение эффективности деловой деятельности	21	барьеры коммуникации
7	В) мимика, жесты, интонация, тон речи	22	литературный
8	Б) публицистический	23	внутренней
9	Б) сленг	24	темперамент
10	А) неформальные коммуникации в деловой сфере	25	вербальной
11	(1А, 2Б)	26	говорение, слушание, чтение, письмо
12	(1Б, 2А)	27	официально-деловой
13	(1Б, 2А)	28	отчет
14	(1А, 2Б)	29	имидж
15	(1Б, 2А, 3В)	30	горизонтальная коммуникация

