

Структура тестовой базы по дисциплине

Тестовая база содержит 135 вопросов, структурированных по темам лекционного материала. Текущее тестирование может проводиться по окончании изучения каждой темы. Итоговое тестирование (зачет) включает тестовые задания по всему изученному курсу.

Примеры тестовых заданий:

**1. Реципиент - это:**

- а) отправитель информации;
- б) получатель информации;
- в) синоним термина «манипулятор».

**2. Коммуниканты - это**

- а) участники коммуникационного процесса (отправитель и получатель);
- б) сотрудники предприятия;
- в) руководители предприятия.

**3. Помехи, которые искажают смысл передаваемой информации, являются:**

- а) коммуникационными барьерами;
- б) коммуникационными каналами;
- в) кодами коммуникации.

**4. Средство передачи информации - это**

- а) канал коммуникации;
- б) барьер коммуникации;
- в) код коммуникации.

**5. Семантические барьеры коммуникации - это:**

- а) неправильное или неоднозначное толкование смысла слов;
- б) технические помехи (шум, плохая слышимость и т.д.);
- в) неумение и нежелание слушать.

**6. Термин «эмпатия» обозначает:**

- а) осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению;
- б) рациональный процесс погружения индивидом себя на место партнера;
- в) эмоциональный отклик на ситуацию партнера, вне рациональное, чувственное понимание.

**7. Интерпретация поведения партнера путем выдвижения предположений о его намерениях, причинах поведения, качествах личности с последующим их приписыванием партнеру называется:**

- а) эмпатия;
- б) перцепцией;
- в) казуальная атрибуция;

г) рефлексия.

**8. Идентификация, как процесс межличностного восприятия, представляет собой:**

- а) восприятие, понимание и оценку людьми социальных объектов;
- б) интерпретацию, объяснение причин и мотивов поведения других людей;
- в) рациональный процесс погружения индивидом себя на место партнера;
- г) осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению.

**9. Пресс-конференция - это:**

- а) форма деловой коммуникации, подразумевающая совместное коллективное обсуждение какой-либо значимой проблемы;
- б) мероприятие для СМИ, направленное на информационную и рекламную поддержку имиджа организации;
- в) коллективное обсуждение нравственных, политических, научных и других проблем.

**10. Пресс-релиз - это:**

- а) общение со средствами массовой информации;
- б) мероприятие для СМИ, направленное на информационную и рекламную поддержку имиджа организации;
- в) краткое сообщение для прессы о проводимом мероприятии.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Процесс коммуникации и его составляющие. Функции и виды коммуникации. Средства коммуникации.
2. Вербальные и невербальные составляющие деловой коммуникации.
3. Виды невербальной коммуникации и их характеристика.
4. Коммуникативные ошибки в деловом общении и способы их предупреждения.
5. Перцептивный процесс делового общения.
6. Интерактивный процесс делового общения.
7. Психологические механизмы межличностного восприятия и понимания.
8. Самопрезентация: искусство подать себя.
9. Деловая беседа, как форма коммуникации.
10. Деловые переговоры, как форма коммуникации. Стили деловых переговоров.
11. Познавательное, убеждающее, экспрессивное, суггестивное, ритуальное общение.
12. Стили руководства и их влияние на организационный климат.
13. Деловое совещание: виды, стиль поведения руководителя.
14. Деловые переговоры: виды, подготовка, проведение.
15. Правила деловой переписки.
16. Правила ведения телефонных переговоров.
17. Коммуникация в Интернет. Типовое электронное письмо.
18. Командообразование: типы команд в организации.
19. Спор, дискуссия, полемика в деловом общении.
20. Манипуляции в деловых коммуникациях.
21. Конфликты и конфликтные ситуации. Стили поведения в конфликте.
22. Имидж делового человека и секреты успешной коммуникации.

23. Имидж организации: понятие, структура, формирование.
24. Организационная культура: понятие и типология.
25. Фирменный стиль (корпоративный дизайн): понятие, функции, основные элементы.

#### Примерная тематика докладов, рефератов

1. Основные модели деловых коммуникаций.
2. Этика и этикет деловой коммуникации.
3. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
4. Специфика деловой коммуникации в различных культурах.
5. Специфика деловых переговоров с представителями Запада (США, Страны Европы).
6. Специфика деловых переговоров с представителями Стран Востока.
7. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры делового общения.
8. Виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления.
9. Развитие и роль телекоммуникационных систем для деловых коммуникаций.  
Особенности деловой коммуникации в социальных сетях.
10. Вербальные и невербальные средства и их функция в деловой коммуникации.
11. Значение невербальной стороны коммуникации в межкультурных деловых коммуникациях.
12. Специфика телефонных переговоров.
13. Ведение профессионального диалога с клиентом по телефону.
14. Запрещенные приемы в переговорах.
15. Манипуляции, применяемые в деловых переговорах.
16. Техники убеждения в переговорах.
17. Виды и способы презентации. Техника успешных презентаций. Основные ошибки при проведении презентаций.
18. Гендерные тенденции в деловых коммуникациях.
19. Имидж деловой женщины.
20. Имидж делового мужчины.