

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Троицкий технологический техникум»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ЦМК

Исанбердина Р.М.

«22» мая 2024 г.

Комплект контрольно - оценочных средств по учебной дисциплине:

ОПД. 06 «Деловые и профессиональные коммуникации»

Программы среднего профессионального образования

по специальности

43.02.17 Технологии индустрии красоты

Разработчик:

мастер п/о

А.В. Кудрина

Троицк 2024 г.

Содержание

1. Паспорт комплекта оценочных средств.....	3
1.1 Область применения комплекта контрольно-оценочных средств.....	3
1.2. Система контроля и оценки усвоения программы учебной дисциплины.....	3
1.2.1. Формы промежуточной аттестации по учебной дисциплине...	4
1.2.2. Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины.....	4
2. Задания для контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины.....	12
2.1. Задания для текущего контроля.....	12
2.2. Задания для промежуточной аттестации.....	17
3.Рекомендуемая литература и иные источники.....	31

1. Паспорт комплекта оценочных средств

1.1. Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств, предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины «Деловые и профессиональные коммуникации» (далее УД) основной профессиональной образовательной программы (далее ОПОП) по специальности 43.02.17 «Технологии индустрии красоты» в соответствии с ФГОС.

1.2 Система контроля и оценки освоения программы ОПД 03.

Комплект оценочных средств позволят оценивать:

1. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду деятельности, и элементов общих компетенций (ОК):

Таблица 1

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки (№ заданий)
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	СК
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определять задачи для поиска информации выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач	ЛР
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию	ЛР

в различных жизненных ситуациях		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	ПЗ

1.2.1. Формы промежуточной аттестации по УД

Таблица 2

Учебная дисциплина	Форма промежуточной аттестации
ОПД. 06 «Деловые и профессиональные коммуникации»	Дифференцированный зачет

1.2.2. Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения программы учебной дисциплины.

Организация текущего контроля успеваемости по освоению программы учебной дисциплины предусматривает: проведение устного опроса (фронтальный, индивидуальный); выполнение письменных проверочных работ; решение задач; выполнение практических работ.

Важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки студентов составляют практические занятия.

Состав и содержание практических работ направлены на реализацию действующего федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Ведущей дидактической целью практических занятий является формирование профессиональных практических умений (выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности)

В соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Деловые и профессиональные коммуникации» предусмотрено проведение практических занятий.

В результате их выполнения, обучающийся должен:
уметь:

- Применять знания по деловой и профессиональной коммуникации для профессионального и личностного развития;
- соблюдать принципы деловой коммуникации
- взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения

- выстраивать партнерские отношения со стейкхолдерами
- находить решения в конфликтных ситуациях
- безопасно и эффективно реализовать стратегию продвижения в социальных сетях
- управлять и развивать профессиональное сообщество
- соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста по найму)

знать:

- виды деловой коммуникации
- типология клиентов
- партнерские отношения,
- правила проведения переговоров
- основы конфликтологии
- способы коммуникации в цифровой среде
- понятие о профессиональных сообществах
- профессиональная коммуникация на рабочем месте

Продолжительность выполнения практической работы составляет не менее двух академических часов и проводится после соответствующей темы, которая обеспечивает наличие знаний, необходимых для ее выполнения.

Аттестация по ОПД. 06 «Деловые и профессиональные коммуникации» проводится в форме дифференцированного зачета.

Содержание билетов учитывает требования следующих документов:

- ФГОС СПО по специальности 43.02.17 «Технологии индустрии красоты» (утвержденного Приказом Минпросвещения России от 26.08.2022г. № 775), в соответствии с примерной основной образовательной программой, разработанной Федеральным учебно-методическим объединением в системе СПО (ФИРО) по укрупненной группе 43.00.00 сервис и туризм.
- Рабочей программы ОПД. 06 «Деловые и профессиональные коммуникации» для подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.17 «Технологии индустрии красоты».

Дифференцированный зачет проводится на последнем уроке дисциплины и осуществляется посредством решения теста, который включает вопросы по всему пройденному материалу.

Организация текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины

Перечень вопросов для устного опроса.

1. Что такое этика, каков ее предмет и основные задачи?
2. Дайте определение нравственности, морали.

3. Как взаимосвязаны понятия «этика», «мораль», «нравственность».
4. В чем отличие морали от других форм общественного сознания?
5. Как возникли и что выражают термины «этика» и «мораль»?
6. Что понимается под понятием этика делового общения?
7. Какие основные элементы входят в понятие «культура делового общения»?
8. Элементы культуры делового общения.
9. Можно ли сказать, что профессиональная этика остается из поколения в поколение неизменной?
10. Что вы понимаете под понятием «профессиональная этика»?
11. Назовите ведущий элемент профпригодности работника сферы обслуживания. (нравственные качества)
12. Назовите, какие виды профессиональной этики вы знаете?
13. Какие этические, моральные черты характеризуют настоящего парикмахера?
14. Какими качествами должен обладать человек, выбирающий профессию парикмахера?
15. Что (какие моменты) нужно учитывать в работе с клиентом?
16. Назовите основные нормы служебной этики парикмахера.
17. Что недопустимо в работе с клиентом?
18. Назовите некоторые особенности поведения человека в различных общественных местах.
19. Какие черты характеризуют настоящего парикмахера?
20. Как формируются представления парикмахера о клиенте и клиента о парикмахере?
21. Какие механизмы воздействия на клиента о принятии решения об услуге Вы знаете?
22. Что допустимо, а чего делать нельзя в беседе с клиентом?
23. Как нужно вести себя с клиентом в конфликтной ситуации?
24. Почему по речи судят об общей культуре человека?
25. Как пригласить к телефону коллегу?
26. Чего нельзя делать во время телефонного разговора?
27. Почему нельзя использовать служебный телефон для личных разговоров?
28. Что такое общение?
29. Какова основа общения?
30. В чем заключается основная задача делового общения?
31. Что означает «уметь общаться»?
32. Какие формы общения вам известны?
33. Какие виды межличностного общения вы знаете?
34. Назовите функции, которые проявляются в общении.
35. Какие виды общения вам известны?
36. Какие стороны входят в структуру общения?
37. Какие модели комфортно-психологического общения вам известны?

38. Чем характеризуются, что главное в моделях комфортного общения?
39. Какие модели дискомфорта общения вам известны?
40. Какие социальные установки влияют на формирование моделей дискомфорта общения?
41. Дайте характеристику модели гармонического общения?
42. Что является основой модели гармонического общения?
43. Какие стереотипы общения препятствуют формированию модели гармонического общения?
44. Какие установки помогают чувствовать себя уверенно в общении?
45. Дайте определение стиля общения.
46. Какие стили общения вы знаете?
47. Какие стили порождаются различными формами общения?
48. Назовите составляющие общения.
49. Дайте понятие «уровни общения».
50. Из чего складывается уровень общения?
51. Какие уровни общения вы знаете?
52. С чего лучше начинать общение с незнакомым человеком?
53. Какое оказывает влияние первое впечатление о человеке?
54. Какие факторы встречаются при восприятии людьми друг друга?
55. Какие типичные искажения при восприятии вы знаете?
56. Какие психологические механизмы восприятия вам известны?
57. Раскройте сущность каждого механизма.
58. Что такое стереотип и каково его значение в профессиональной деятельности?
59. Каким образом связаны между собой «действие» и «взаимодействие»?
60. Какие типы воздействия вы знаете?
61. Перечислите способы, механизмы воздействия людей в общении.
62. В чем сходство и чем отличаются заражение и внушение как способы воздействия людей друг на друга в процессе общения?
63. При каких условиях убеждение как способ воздействия наиболее эффективно.
64. В чем суть ролевого воздействия?
65. Какова структура общения?
66. Какие виды вербального (словесного) общения вы знаете?
67. Дайте понятие невербального (неречевого) общения.
68. Назовите функции невербального общения.
69. Каковы функции языка в общении?
70. Чем отличается официально-деловой стиль речи?
71. Чем отличается научный стиль речи?
72. Чем отличается публицистический стиль речи?
73. Чем отличается разговорная речь?
74. Вспомните типы приема и передачи информации.
75. Назовите виды невербального общения.
76. Какова роль невербального общения в межличностном взаимодействии?

77. Почему важно понимать язык телодвижений?
78. Перечисли наиболее распространенные жесты. Как с помощью соответствующих жестов и позы можно попытаться снять напряженное состояние партнера?
79. Назовите особенности расположения партнеров в деловом общении.
80. Раскройте сущность рефлексивного слушания.
81. Назовите приемы рефлексивного слушания.
82. Как часто в разговоре с друзьями вы используете приемы рефлексивного слушания? Раскройте содержание каждого приема.
83. Для чего нужны «техники общения»?

Критерии оценивания ответов на устные вопросы.

- Соответствие ответов требованиям.
- Знание стандартов, справочной и учебной литературы.
- Грамотность устранения ошибок, допущенных в ответе после замечаний преподавателя.
- Владение терминологией, соответствующей тематике вопроса.
- Правильность ответов на вопросы преподавателя.

Практические задания

Практическое занятие №1

Разработать аргументы продажи клиенту косметической продукции

Цель: Разработать аргументы продажи клиенту косметической продукции

Оборудование: ручка, тетрадь по практическим работам

Краткие теоретические материалы по теме практической работы:

Типология клиентов — условное разделение базы реальных и потенциальных клиентов по категориям. Какие типы клиентов бывают и как это знание помогает в деятельности компании? Разбираемся в материале.

Знать, какие психологические типы клиентов бывают, крайне важно по ряду причин:

- 1) Сегментация аудитории. Разделение клиентов на типы означает их сегментацию. Сегментация позволяет понять, что волнует определенную часть вашей аудитории, какие триггеры могут побудить этих людей к совершению покупки, какие возражения и сомнения у них могут возникнуть, на что эти люди обращают внимание при выборе продукта или услуги. Сегментация аудитории определяет построение дальнейших взаимоотношений с каждой конкретной группой клиентов.
- 2) Подход к каждому клиенту. Данный пункт вытекает из возможностей сегментации. Если у компании есть инструменты для сегментирования всей клиентской базы по ряду критериев, это дает простор для более точечного взаимодействия с аудиторией. Индивидуальный подход к каждому конкретному клиенту может не только повысить продажи, но и повысить доверие к компании, сформировать высокий уровень лояльности и желание рекомендовать данную компанию своим друзьям и знакомым.
- 3) Эффективная работа с возражениями. У каждого типа клиентов есть свои потребности, следовательно, и возражения, с которыми нужно работать в первую очередь. Если менеджер по продажам понимает психотип конкретного потенциального клиента, он может начать вести диалог в определенное русло, чтобы заранее проработать страхи и возражения, наиболее вероятные для данного сегмента целевой аудитории.
- 4) Повышение конверсии в продажу. Сегментация клиентской базы и определение типа клиента часто повышают вероятность заключения сделки. В данном случае потенциальный клиент может чувствовать, что сотрудники компании буквально знают, чего на самом деле хочет

человек, это располагает и мотивирует к покупке.

- 5) Построение более эффективной воронки продаж. Понимание типологии клиентов позволяет учитывать потребности и возражения каждого из сегментов целевой аудитории в построении конверсионной воронки. Использование сегментации и технических инструментов, например CRM-систем (Customer Relationship Management, система управления отношениями с клиентами), даёт возможность еще и кастомизировать воронку продаж индивидуально под каждую группу потенциальных клиентов.

Можно выделить следующие типы клиентов в продажах:

- 1) Аналитический,
- 2) Целеустремленный,
- 3) Гармонический,
- 4) Эмоциональный.

Аналитический тип клиента характеризуется высоким уровнем критического мышления. Такие покупатели склонны анализировать преимущества и недостатки конкретной покупки, вдумчиво сопоставлять факты, сравнивать предложения от различных компаний

Аналитический тип клиента редко совершает покупки, основанные на эмоциональных импульсах. Следовательно, кричащие заголовки, специальные предложения или распродажи для таких людей сработают лишь в виде исключений.

Целеустремленный тип клиента мыслит и действует совершенно иным образом. Такой клиент уже знает, чего он хочет. Если аналитическому типу клиента нужно сначала «продать» идею использования вашего продукта, то целеустремленный тип клиента изначально более расположен к покупке.

Такой клиент осведомлен о своих потребностях, он их осознает. У него есть конкретные цели и задачи, которые он намерен решить, возможно, с помощью вашего продукта или услуги. Целеустремленный тип клиента зачастую предварительно разбирается в определенном вопросе, который касается вашего товара или услуги, поэтому в некоторых случаях может легко парировать доводы и аргументы менеджера по продажам.

Гармонический тип клиента — человек, для которого важнее не что конкретно компания делает, а как она это делает. Гармонический тип клиента выбирает продукты или поставщиков услуг, которые эмоционально откликаются с его собственными ценностями и убеждениями

Это дружелюбный тип клиентов, который со всеми пытается выстраивать теплые и доверительные отношения. Про таких людей говорят, что «они делают выбор сердцем»

Для гармонического типа клиентов в продажах не всегда работают логика,

факты и аргументы. В данном случае человеку важнее эмоциональный отклик и ментальная связь с компанией или с идеей продукта.

Если вы занимаетесь оказанием услуг, можно показать «внутреннюю кухню» процессов в компании, то, как компания работает с клиентами, какая атмосфера царит в коллективе. Например, в нише ремонта квартир под ключ сотрудники компании могут демонстрировать, как происходит ремонт, как дизайнер интерьера обсуждает новый объект с прорабом, как мастера по ремонту взаимодействуют на объекте в разгар рабочего дня

Такой подход повышает доверие к компании не только со стороны гармонического типа клиентов, для которого эмоциональная составляющая крайне важна, но и со стороны всех остальных типов клиентов

Эмоциональный тип клиента чаще всего принимает решение о покупке, руководствуясь эмоциями, а не логикой и аргументами. Такие люди часто совершают импульсивные покупки. Данному типу клиентов важно получить не только результат, но и положительный эмоциональный отклик от взаимодействия с вашей компанией.

Менеджеров по продажам можно научить в беседе определять, к какому типу клиентов относится потенциальный покупатель. На основе этого можно выстраивать всю дальнейшую стратегию продаж конкретному человеку.

Однако чаще всего люди не покупают продукты и услуги сиюминутно. С потенциальным клиентом может вестись несколько диалогов на протяжении нескольких недель или даже месслуча

Как в этом случае помечать, к какому типу клиентов относится определенный человек, какие у него задачи и потребности? Полагаться на память менеджера по продажам не стоит. Устаревшие методы учета клиентов — электронные таблицы или запись заметок на бумажные носители — неэффективны в данном случае

Задание для практического занятия:

1. Изучить типы клиентов.
2. Определить категорию услуги.
3. Написать сценарий диалога с клиентов.
4. Перечислить аргументы продажи косметической продукции.
5. Привести обоснование каждого аргумента

Форма контроля выполнения практических работ:

Выполненную практическую работу студент сдает на проверку преподавателю.

2. Задания для контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины.

2.1. Задания для текущего контроля

Тест по теме: «Виды деловой коммуникации»

1. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми — это процесс:
А) общения +
Б) понимания
В) восприятия
2. Человек, который обычно весьма активен, предпочитает идти к разрешению конфликта своим определенным путем, используя стиль:
А) приспособления
Б) конкуренции +
В) компромисса
3. Прямое деловое общение характеризуется:
А) ответными реакциями собеседников
Б) общением в пределах видимости
В) непосредственным речевым контактом +
4. Во многих случаях, имидж — это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, а именно правильного выбора своей:
А) модели поведения +
Б) заинтересованности в отношениях с другими
В) способности к общению
5. Акцент в подтверждающих вопросах делают на:
А) наиболее сложной проблеме
Б) вновь возникших вопросах
В) том, что связывает партнеров +
6. При авторитарном стиле ведения совещания руководитель:
А) допускает возражения
Б) уверенно держит бразды правления +
В) ищет поддержку среди коллег
7. Хорошая репутация бизнесмена базируется, в первую очередь, на профессионализме и:
А) вежливости
Б) привлекательном имидже
В) деловой обязательности +
8. Цель формального приема в начале переговоров:

- А) создать атмосферу взаимопонимания +
 - Б) высказать точку зрения своей стороны
 - В) выслушать точку зрения партнеров
9. В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков — это проявление принципа:
- А) сознательности
 - Б) постепенности
 - В) терпимости +
10. Коммуникативная сторона общения:
- А) взаимопонимание участников общения
 - Б) обмен информацией между людьми +
 - В) организация взаимодействия между людьми

Эталон ответов

1-А; 2-Б;3-В;4-А;5-В;6-Б;7-В;8-А;9-В;10-Б

Тест по теме: «Основы клиентоведения»

1. Стратегия мягкого подхода к переговорам состоит в том, чтобы:
- А) избегать конфронтации +
 - Б) избегать личных оскорблений
 - В) мягко, но неуклонно отстаивать свою позицию
2. Термин «этика» ввел:
- А) Сократ
 - Б) Аристотель +
 - В) Демокрит
3. Повторение собеседником вашего вопроса — это вопросы:
- А) однополюсные +
 - Б) риторические
 - В) зеркальные
4. Этика — это философская дисциплина, изучающая:
- А) развитие человеческого общества
 - Б) внутреннюю природу человека
 - В) мораль и нравственность +
5. Видение себя глазами партнера по общению — это:
- А) рефлексия +
 - Б) отчуждение
 - В) идентификация

6. Сбору сведений по проблеме переговоров способствуют вопросы:
- А) однополюсные
 - Б) информационные +
 - В) для ориентации
7. Эмпатия — это постижение эмоционального состояния человека в форме:
- А) размышлений
 - Б) взаимодействия
 - В) сопереживания +
8. Деловая этика представляет собой:
- А) личное поведение человека
 - Б) совокупность принципов поведения людей +
 - В) деловые отношения предпринимателей
9. Альтернативные вопросы предоставляют не более ... вариантов выбора:
- А) пяти
 - Б) двух
 - В) трех +
10. Теория речи, искусство речи и ораторское мастерство — области знаний, которые охватывает понятие:
- А) «интроверсия»
 - Б) «риторика» +
 - В) «лингвистика»

Эталон ответов

1-А; 2-Б;3-В;4-А;5-В;6-Б;7-В;8-А;9-В;10-Б

Тест по теме: «Цифровая коммуникация»

1. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:
- А) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности +
 - Б) хозяйственных сооружений
 - В) транспортной инфраструктуры
2. Чистота речи характеризуется наличием (или отсутствием) таких элементов, как:
- А) афоризмы
 - Б) вульгаризмы +
 - В) эпитеты
3. Чистота речи характеризуется наличием (или отсутствием) таких элементов, как:

- А) эпитизмы
Б) афоризмы
В) варваризмы +
4. Чистота речи характеризуется наличием (или отсутствием) таких элементов, как:
А) эпитизмы
Б) жаргонизмы +
В) афоризмы
5. Примером письменного койне как языка средневековой науки является:
А) английский язык
Б) немецкий язык
В) латынь +
6. Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью:
А) простого воспроизводства
Б) «иерархии эффектов» +
В) реализации
7. Разрушение коммуникаций Винер назвал:
А) энтропией +
Б) антропией
В) интропией
8. Любое вербальное и невербальное общение как минимум двух людей называют:
А) диалогом
Б) трансакциями
В) трансактами +
9. Совокупность норм литературного произношения называют:
А) орфографией
Б) синонимом
В) орфоэпией +
10. Языковое оформление мысли без ее высказывания называют такой речью:
А) прямой
Б) внутренней +
В) наружной

Эталон ответов

1-А; 2-Б;3-В;4-А;5-В;6-Б;7-В;8-А;9-В;10-Б

Критерии оценивания:

Тестовые задания оцениваются по 5-балльной системе

Проценты за верно выполненные тестовые задания	Оценка
≥ 90 % от верно выполненных заданий	5
От 70 % до 89 % включительно от верно выполненных заданий	4
От 60 % до 69 % включительно от верно выполненных заданий	3
< 60 % от верно выполненных заданий	2

2.2. Задания для промежуточной аттестации

Тесты для дифференцированного зачета (4 варианта)

Условия проведения дифференцированного зачета.

1. В аудитории находятся одновременно все студенты.
2. Вариант выбирается случайным образом.
3. Контрольно-оценочные материалы частей А и В представлены в 4-х вариантах. В каждом варианте предлагается по 10 тестовых заданий и по 5 заданий, требующих творческого ответа.
4. Время на подготовку и выполнение:
 - подготовка 10 мин.;
 - выполнение 35 мин.;
 - оформление и сдача 5 мин.;
 - всего 45 мин.
5. Вопросы имеют разный уровень сложности, поэтому правильные ответы позволяют получить разное количество баллов:
 - 1 балл: задания части А (с выбором одного правильного ответа),
 - 2 балла за задания части В (с выбором нескольких правильных ответов и требующие творческого ответа).Максимальное количество баллов – 20
6. Оценивание происходит по пятибалльной системе.

Условия выполнения задания.

Задания представлены в 4-х вариантах, которые определяются случайным образом. В каждом варианте – 15 заданий: задания на выбор одного правильного ответа части А (10 заданий): по 1 баллу за правильный ответ; задания части В (5 заданий): по 2 балла за правильный ответ.

Вариант № 1

Часть А

Выберите правильный ответ.

1. Неудачная форма выражения просьбы
 - а) будьте любезны

- б) мне нужно чтобы вы
 - в) очень вас прошу
2. Свойства речи, придающие ей особую энергетику
- а) обаяние, артистизм
 - б) уверенность, дружелюбие
 - в) искренность, заинтересованность
 - г) все ответы правильные
3. Признак, по которому газеты классифицируются на общеполитические, отраслевые, развлекательные и рекламные
- а) территориальный
 - б) функциональный
 - в) периодичность
4. Встреча официальных лиц с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам
- а) деловая беседа
 - б) деловое совещание
 - в) пресс-конференция
5. Автор высказывания «Единственная настоящая роскошь- это роскошь человеческого общения»
- а) Джек Лондон
 - б) Марк Твен
 - в) Сент-Экзюпери
6. К часто используемым официально-распорядительным документам относят
- а) приказ
 - б) заявление
 - в) автобиографию
7. Выбор формы обращения путем употребления местоимения «Вы» выявляется такими отношениями как
- а) родственное, дружеское, фамильярное

б) вежливое, уважительное

в) неформальное, доверительное

8. Комплименты делаются относительно

а) внешнего вида

б) профессиональных способностей

в) умений общаться

в) все ответы правильные

9. Деловая этика включает в себя следующие принципы

а) свобода, терпимость

б) деловая обязанность

в) все ответы правильные

10. Произведения, являющиеся образцом для совершенствования культуры речи

а) газетные статьи

б) классическая литература

в) современная массовая литература

Часть В

1. Напишите не менее трех высших моральных ценностей.

2. Распределите номера перечисленных ниже свойств разных типов личности по соответствующим колонкам таблицы:

Тип «мыслитель»	Тип «художник»

1) математические способности;

2) способность к музыке;

3) способность к творческому самовыражению;

4) способность к систематизации информации;

5) способность к изобразительному искусству;

6) вербальные способности;

7) логическое мышление.

3. Дайте определение понятию «конфликт».

4. В каждом из столбцов укажите слово, которое является лишним:

I. Способы разрешения конфликта	II. Составляющие этикета	III. Способы общения
а) уклонение	а) речевой этикет	а) коммуникативная
б) опережение	б) дистантное общение	б) императивная
в) компромисс	в) некорректность	в) перцептивная
г) сотрудничество	г) имидж делового человека	г) интерактивная

5. Дайте аргументированный ответ на вопрос:

«Отчего бывают «лидеры» и «тихони»? Одних постоянно куда-то выбирают, а другие все время в «болоте _____»».

Вариант № 2

Часть А

Выберите правильный ответ.

1. Речевая формула, которая НЕ является удачной при знакомстве

- а) а кто Вы такой?
- б) давайте познакомимся
- в) разрешите с Вами познакомиться

2. Название группы газет, которые классифицируются по территориальному признаку

- а) утренние и вечерние
- б) общеполитические, отраслевые, развлекательные и рекламные
- в) федеральные, региональные и местные

3. Умение быть самим собой в контактах с другими людьми

- а) аутентичность

б) вежливость

в) тактичность

4. _____ должна гуманизировать, облагораживать общение между людьми:

а) мораль

б) этика

в) норма

5. Иногда в качестве наказания ребенка оставляют одного в комнате. Тип темперамента, для которого подобное наказание окажется самым слабым

а) сангвиник

б) флегматик

в) холерик

г) меланхолик

6. Свойства темперамента

а) врожденные

б) приобретенные

7. Показатель культуры речи, который характеризует качественную и количественную стороны речи:

а) словарный состав и словарный запас

б) произношение

в) грамматика

8. Сторона общения, которая проявляется во взаимном обмене информацией между партнерами по общению

а) интерактивная

б) перцептивная

в) коммуникативная

9. Сфера общества, которая представляет собой систему исторически сложившихся упорядоченных связей и отношений между различными видами общности людей

а) социальная

б) духовная

в) политическая.

10. Согласно утверждению психологов, лишь 7% значимости при общении люди придают

а) словам

б) мимике и жестам

б) интонации.

Часть В

1. Дайте определение личности.

2. Назовите признаки, характеризующие человека как личность.

3. Объясните, как соотносить руководство и лидерство в коллективе.

4. Какие из данных особенностей характеризуют человека как личность, а какие как индивид?

Целеустремленность, упрямство, вдумчивость, высокая эмоциональность, старательность, цельность, приятный голос, общественная активность, критичность ума, прекрасная дикция, средний рост, музыкальность, вспыльчивость, моральная воспитанность, низкая адаптация в темноте, трудолюбие, плохая пространственная координация, голубые глаза, хороший слух, идейная убежденность, внимательность, подвижность.

5. Предположите и обоснуйте ответ на вопрос: Какой способ разрешения конфликта является наиболее неэффективным при разрешении конфликта?

Вариант № 3

Часть А

Выберите правильный ответ.

1. Прием повышения эффективности общения, основанный на частом произнесении вслух имени и отчества партнера по общению

а) «имя собственное»

б) «золотые слова»

в) «зеркало отношений».

2. Жизнь в согласии с самим собой, без страха, без напрасных надежд и мечтаний, внутренняя умиротворённость

а) счастье

б) свобода

в) пронизательность.

3. К понятию «культура профессиональной речи» относят

а) владение терминологией данной специальности

б) умение строить выступление на профессиональную тему

в) умение организовать профессиональный диалог и управлять им

г) все ответы правильные

4. Обмен мнениями по вопросу в соответствии с определенными правилами процедуры и с участием всех или отдельных её участников

а) деловая беседа

б) деловое совещание

в) деловая дискуссия

5. Стенические - это эмоции, которые

а) уменьшают активность, энергию человека (тоска, печаль, уныние)

б) повышают активность, энергию человека (радость, гнев, ненависть)

в) включают в себя настроение, аффект, стресс, фрустрацию

6. Этикет, прежде всего, формируется в соответствии с нравами и

а) нормами

б) обычаями

в) все ответы правильные

7. Процесс взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, предполагает достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели

а) общение

б) деловое общение

в) конфликтное общение

8. Этикет - это культура общения людей, которая основана на _____ правил, которые вырабатывались человечеством

- а) несоблюдении
- б) соблюдении
- в) игнорировании

9. К эмоционально-волевой сфере относятся

- а) мышление и речь
- б) эмоции и чувства
- в) внимание и память

10. Сложнее, чем эмоции, постоянное, устойчивое отношение человека

- а) эмоции
- б) воля
- в) чувства

Часть В

1. В чем заключается значение (функции) делового общения?

2. Дополните предложения:

- а) _____ человека познается и проявляется в деятельности.
- б) _____ деятельность - категория _____, она носит _____ характер
- в) Деятельность – это процесс не _____, а _____ и сознательно регулируемый

3. Перечислите особенности деятельности.

4. Вставить пропущенные слова в следующих высказываниях.

- Низшим уровнем объединения людей является
- Высшая форма организованной группы – это

5. Дайте определение понятию. Лидерство – это

Вариант № 4

Часть А

Выберите правильный ответ.

1. Речевая формула, которая НЕ является удачной при приглашении кого-либо

- а) позвольте пригласить вас
- б) будем рады видеть вас
- в) вам следует явиться к вам на презентацию

2. Моральная категория, которую обычно определяют, как способность человека критически оценивать свои поступки и переживать своё несовершенство

- а) добро
- б) совесть
- в) зло

3. Характер – это

- а) индивидуально-психологические особенности человека, проявляющиеся в деятельности и являющиеся условием успешности ее выполнения
- б) характеристика человека со стороны динамических особенностей его психической деятельности
- в) индивидуально-своеобразные сочетания постоянных существенных свойств личности, проявляющихся в ее поведении.

4. Уровень развития способностей, который обеспечивает создание нового, оригинального

- а) репродуктивный
- б) творческий

5. В деловом стиле речи приняты следующие нормы: слово должно употребляться с учетом его

- а) лексического значения
- б) стилистической окраски
- в) все ответы правильные

6. Взаимоотношения, которые возникают и функционируют в процессе подготовки и проведения общественных и других мероприятий в группе

- а) служебные

б) внеслужебные

в) общественно – политические

7. Преувеличенное развитие одних черт характера по сравнению с другими, в результате которого ухудшается взаимодействие с окружающими людьми это:

а) темперамент

б) акцентуация характера

в) черта характера

8. Темперамент можно переделать коренным образом

а) да

б) нет

9. Укажите верное утверждение

а) темперамент и характер по сути - одно и то же

б) темперамент и характер никак не связаны между собой

в) особенности темперамента могут оказывать воздействие на развитие определенных сторон характера

10. Общение, обеспечивающее успех какого-либо дела и создающее условия для сотрудничества людей

а) формально-ролевое

б) деловое

в) примитивное

Часть В

1. Установите соответствие между героями мультфильма и типами их темперамента.

1) Вини-Пух; а) холерик;

2) ослик ИА б) сангвиник;

3) Тигра в) флегматик;

4) сова г) меланхолик.

2. Подберите к каждому пункту в левой колонке определения из правой колонки.

1. Знания	а) способы успешного выполнения действий;
2. Умения	б) склонность человека к определенным действиям, которая часто переживается им как потребность действовать именно так, как иначе;
3. Навыки	в) система понятий, усвоенных человеком;
4. Привычки	г) автоматизированные способы выполнения человеком сознательных действий, возникшие в результате длительных упражнений

3. Относится ли к видам делового общения деловые переговоры, деловые совещания, публичные выступления?

а) да

б) нет.

4. Расставьте стрелки, указывающие на определение (значение) соответствующего вида конфликта:

Внутриличностный Столкновение интересов двух и более людей

Межличностный Столкновение интересов двух групп

Межличностно-групповой Столкновение противоположно направленных мотивов одной личности

Межгрупповые Столкновение между личностью и группой

5. Что из перечисленного относится к общим причинам конфликта, а что к частным?

а) социально-политические и экономические

б) неудовлетворенность условиями труда

в) нарушение служебной этики

г) социально-демографические

д) социально-психологические

е) различия в целях и средствах их достижения

Эталоны верных ответов

Вариант № 1

Часть А

1б 2г 3б 4в 5в 6а 7б 8в 9в 10б

Часть В

1. Добро, совесть, свобода, долг, честь, достоинство, счастье, любовь
2. «мыслитель» (1, 4, 6, 7)
«художник» (2, 3, 5)
3. Конфликт - это столкновение сторон, мнений, сил.
4. I. б) II. в) III. б)
5. Предполагается творческий ответ студента

Вариант № 2

Часть А

1а 2в 3в 4а 5б 6а 7а 8в 9а 10а

Часть В

1. Личность – социальное существо, включённое в общественные отношения, участвующие в общественном развитии и выполняющие определённую общественную роль.
2. 1) Система взглядов и отношений к внешнему миру.
2) Требования к самому себе.
3) Система оценок и самооценка.
3. Рассуждение студента.
- 4.

Личность	Индивид
Целеустремлённость	Приятный голос
Упрямство	Прекрасная дикция
Вдумчивость	Средний рост
Высокая эмоциональность	Музыкальность
Старательность	Вспыльчивость
Общественная активность	Низкая адаптация в темноте
Критичность ума	Голубые глаза
Моральная воспитанность	Хороший слух
Трудолюбивые	Подвижность
Плохая пространственная координация	
Идейная убеждённость	
Внимательность	

5. Конфронтация, так как ориентирована на то, чтобы, действуя активно и самостоятельно, добиваться осуществления собственных интересов без учета интересов других сторон, непосредственно участвующих в конфликте, а то и в ущерб им. Применяемый способ разрешения конфликта стремится навязать другим свое решение проблемы, надеется только на свою силу и не приемлет совместных действий. При этом проявляется волевой напор, желание любым путем, включая силовое давление, административные и экономические санкции, запугивание, шантаж; принудить человека принять оспариваемую точку зрения, во что бы то ни

стало принять им точку зрения, одержать победу в конфликте.

Вариант № 3

Часть А

1а 2а 3г 4в 5б 6в 7б 8б 9а 10а

Часть В

1.
 - а. Способствует эффективному достижению целей производства (выработка стратегии и тактики совместных действий, поиск решения поставленных задач);
 - б. Подбор и расстановка кадров, работа с людьми;
 - в. Способствует созданию оптимального морально-психологического климата в коллективе
2.
 - а) психика;
 - б) категория социальная, общественный характер; систематичность.
4.
 - группа
 - коллектив в) не пассивный, а активный.
3. Общественный характер, целенаправленность, плановость,
5. Лидерство – это процесс межличностного влияния, порождаемый структурой и характером взаимоотношений в каждой конкретной группе

Вариант № 4

Часть А

1в 2б 3в 4б 5в 6в 7б 8б 9в 10б

Часть В

1. 3-а) 1-б) 2-г) 4-в)
2. 1.-в); 2.-а); 3.-г); 4.-б)
- 3 б)
4. Внутриличный – это столкновение противоположно направленных мотивов одной личности;
Межличностный – это столкновение интересов двух и более людей;
Межличностно-групповой – это столкновение между личностью и группой;
Межгрупповые – это столкновение интересов двух групп.
5. Общие причины конфликта: а), г), д)
Частные причины конфликта: б), в), е)

Критерии оценки

Количество набранных баллов	Количественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
19-20	5	отлично
15-18	4	хорошо
11-14	3	удовлетворительно
менее 11	2	неудовлетворительно
не приступил к выполнению	2	неудовлетворительно

3. Рекомендуемая литература и иные источники

1. Самыгин, С.И., Профессиональная этика и психология делового общения : учебник / С.И. Самыгин, ; под ред. А.М. Руденко. — Москва : КноРус, 2021. — 232 с. — ISBN 978- 5-406-01698-5. — URL:<https://book.ru/book/938764> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.
2. Основы деловых коммуникаций : учебное пособие / И.А. Юмашева. — Москва : КноРус, 2022. — 162 с. — ISBN 978-5-406-08452-6. — URL:<https://book.ru/book/942402> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.
3. Психология делового общения и межличностные коммуникации : учебник / Н.Ю. Ульянова. — Москва : КноРус, 2021. — 152 с. — ISBN 978-5-406-08085-6. — URL:<https://book.ru/book/939058> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.
4. Деловые коммуникации. Практикум. : учебное пособие / Л.И. Чернышова. — Москва : КноРус, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-406-02110-1. — URL:<https://book.ru/book/940045> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.
5. Социальная коммуникация в профилактике конфликтов : учебно-методическое пособие / Н.Х. Гафиатулина, С.И. Самыгин. — Москва : Русайнс, 2021. — 162 с. — ISBN 978-5-4365-6341-1. — URL:<https://book.ru/book/939080> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.
6. Деловая этика и деловые коммуникации в сфере бизнеса : учебник / И.В. Долгова. — Москва : КноРус, 2021. — 401 с. — ISBN 978-5-406-07211-0. — URL:<https://book.ru/book/939839> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.

Электронные ресурсы

1. <https://www.b17.ru/tests/>
2. <https://online.edu.ru/public/course?faces-redirect=true&cid=11136890>
3. Электронные издания (электронные ресурсы): Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>