



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Санкт-Петербургская юридическая академия»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Профессиональные коммуникативные технологии

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Квалификация выпускника Магистр

Направленность (профиль) Эффективное управление

2026 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИУК-4.2 Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Знает
	РО-1 ИД-2 (УК-4) современные коммуникационные технологии в сфере государственного и муниципального управления, способы и механизмы организации их внедрения
	Умеет
	РО-2 ИД-2 (УК-4) осуществлять обоснованный выбор коммуникационных технологий для решения профессиональных задач
	Владеет
	РО-3 ИД-2 (УК-4) навыками использования коммуникационных технологий для решения профессиональных задач

2. Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости Темы докладов (сообщений)

1. Коммуникативное значение интерпретации.
2. Феномен «фейка» в контексте особенностей коммуникативных процессов современности.
3. Уровни коммуникации.
4. Сущность понятия «постправды».
5. Роль манипуляции в современном коммуникативном воздействии на аудиторию.
6. Допустимые и недопустимые формы манипуляция, их ведущие приемы.
7. Инструментальные интенции как индикатор коммуникативных практик.
8. Возрастные и гендерные особенности личности в коммуникативных взаимодействиях.
9. Общие закономерности восприятия в межличностной коммуникации.
10. Техники «малого разговора», перефразирования, интерпретации.
11. Основные переговорные стратегии: мягкая, жесткая, стратегия затяжных переговоров.
12. Способы удержание контакта с аудиторией.
13. Приемы для привлечения позитивного внимания.
14. Схема и приёмы убеждающего воздействия.
15. Значение аттракции и средства её активизации.

Темы рефератов.

1. Коммуникативная природа «фейков».
2. «Постправда» и «фейки» как часть информационного контекста современности.
3. Современная коммуникация и ее модели.
4. Способы организации коммуникации.

5. 7. Сетевые модели коммуникативных технологий.
6. 8. Управление коммуникацией: способы, цели, вызовы.
7. 9. Психотип личности в профессиональных коммуникациях.
8. 10. Технологии убеждающей коммуникации.
9. 11. Имидж и деловая репутация в системе каналов корпоративной информации.
10. 12. Резюме как форма коммуникации: особенности, виды, факторы успеха.
11. 13. Кризисные коммуникации.
12. 14. «Стратегия принципиальных переговоров» и её основные постулаты стратегии принципиальных переговоров.
13. Факторы, влияющие на исход переговорного процесса.
14. Диалог и ответы на вопросы как способ управления аудиторией.
15. Структура выступления, типы выступлений.
16. Нападение: формы и операции нападения в деловых коммуникациях.
17. Принуждение: формы и операции.
18. Правила и техники аргументации и контраргументации.

Тестовые вопросы:

1. Коммуникация – это:

- а. творчество, поиск, импровизация.
- б. делание, устремление, приближение.
- в. путь сообщения, контакт, взаимодействие.
- г. созерцание, осмысление, обдумывание.

Ответ: в.

2. Социально-коммуникативная технология – это

- а. ситуативная спонтанная деятельность по коммуникативному воздействию социального субъекта;
- б. опирающаяся на определённый план (программу действий) целенаправленная системно-организованная деятельность по дезинформированию социального субъекта;
- в. экономически детерминированная деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта;
- г. опирающаяся на определённый план (программу действий) целенаправленная системно-организованная деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта.

Ответ: г.

3. Что не относится к модели коммуникации Г. Ласуэлла?

- а. зачем сообщается и когда сообщается;
- б. источник, сообщение, канал;
- в. кто сообщает и кому сообщается;
- г. эффект, получатель.

Ответ: а.

4. Кто автор работы «Власть коммуникации»?

- а. К. Дойч;
- б. Р. Барт;
- в. Н. Луман;
- г. М. Кастельс.

Ответ: г.

5. Что наименее влияет на формирование имиджа?

- а. харизма;
 - б. индивидуальная привлекательность;
 - в. состояние здоровья;
 - г. презрительное отношение к имиджированию.
- Ответ: в.

6. Кто разрабатывал теорию коммуникативной рациональности и процедурные правила достижения морального консенсуса?

- а. К. Маркс;
 - б. Ю. Хабермас;
 - в. М. Фуко;
 - г. Л.Н. Гумилёв.
- Ответ: б.

7. Какие виды обратной связи существуют в теории К. Дейча?

- а. индивидуальная и коллективная;
 - б. отрицательная и положительная;
 - в. рациональная и иррациональная;
 - г. обусловленная и спонтанная.
- Ответ: б.

8. Как называлась теория коммуникации К. Шеннона – У. Уивера?

- а. герменевтическая;
 - б. креационистская;
 - в. аксиологическая;
 - г. шумовая.
- Ответ: г.

9. Что характеризует взаимосвязанность коммуникационных сетей?

- а. открытость;
 - б. устойчивость;
 - в. радиальность;
 - г. неустойчивость.
- Ответ: б.

10. Что не относится к коммуникативным барьерам?

- а. вкусы;
 - б. психология;
 - в. аппетит;
 - г. логика.
- Ответ: в.

11. В концепции Р. Барта «язык» и «речь» это:

- а. то, что характеризует особенности коммуникаций в историческую эпоху;
 - б. синонимы;
 - в. способы манипуляции чужим мнением;
 - г. антонимы.
- Ответ: а.

12. Что не относится к способам удержания контакта оратора с аудиторией?

- а. собирание подробной информации об аудитории до выступления;
- б. жестикуляция и перемещение по залу во время выступления;

- в. вступление в диалог к некоторым представителями аудитории;
 - г. игнорирование попыток провоцирования конфликта кем-то из аудитории.
- Ответ: г.

13. Что такое «креативные индустрии»?

- а. имеет классовый характер;
- б. основана преимущественно на продаже результатов интеллектуального труда;
- в. синоним шоу-бизнеса;
- г. авангардная культура.

Ответ: б.

14. Что значит позитивное внимание аудитории к выступающему?

- а. готовность слушателей задавать вопросы не по теме выступления;
- б. готовность слушателей задавать вопросы о личном опыте выступающего;
- в. готовность слушателей перебивать выступающего;
- г. неготовность слушателей высказывать собственное мнение по теме выступления.

Ответ: б.

15. Чего не должно быть во время видеопрезентации?

- а. небольшое количество слайдов;
- б. комментарии выступающего изображённого на слайдах;
- в. чтения выступающим всего написанного текста на слайдах;
- г. поощрения вопросов аудитории до завершения выступления.

Ответ: в.

16. Чего не должно содержать резюме?

- а. рекомендации работодателей;
- б. самокритику, правду о личностных недостатках;
- в. упоминания о повышении квалификации;
- г. творческие планы.

Ответ: б.

17. Что такое лоббизм:

- а. элемент пропаганды;
- б. разновидность аттракции;
- в. вид протекционизма;
- г. симпатия к кому-то.

Ответ: в.

18. Что не относится к структуре коммуникативного процесса?

- а. коммуникативная позиция;
- б. коммуникатор и реципиент;
- в. коммуникативная ситуация;
- г. смысловой контекст коммуникации.

Ответ: г.

19. Что выявляет докризисный этап коммуникации?

- а. возможности;
- б. ценности;
- в. источники финансирования;
- г. риски.

Ответ: г.

20. При автокоммуникации –

- а. адресат и адресант один и тот же субъект;
- б. адресат и адресант разные субъекты;
- в. адресат и адресант один и тот же объект;
- г. адресат является объектом, а адресант – субъект;

Ответ: а.

21. Чем определяются ценности коммуникационного процесса?

- а. ценой;
- б. культурой;
- в. эгоизмом;
- г. ксенофобией.

Ответ: б.

22. Что не является аргументом в споре?

- а. мнение третьей стороны;
- б. обращение к примерам их художественной литературы, неизвестной собеседнику;
- в. упоминание об уровне образования собеседника;
- г. опора на логику.

Ответ: в.

23. Что не контролирует процесс коммуникации?

- а. климатические изменения;
- б. закон;
- в. государство;
- г. культура.

Ответ: а.

24. Что не относится к сетевым моделям коммуникативных технологий?

- а. детерминированность;
- б. неустойчивость;
- в. взаимосвязанность;
- г. апостериорность.

Ответ: г.

25. Кто развивал теорию коммуникативных технологий?

- а. М. Маклюэн;
- б. Ж. Деррида;
- в. Д. Карнеги;
- г. К. Кастанеда.

Ответ: а.

26. Что присуще аттракции?

- а. симпатия к человеку;
- б. объективное восприятие человека;
- в. чувство долга;
- г. способность сказать правду собеседнику.

Ответ: а.

27. Что не присуще эмоциональному интеллекту?

- а. чувство юмора;
 - б. способность к художественному творчеству;
 - в. испытывать чувство вины;
 - г. способность изображать заинтересованность в разговоре с маленьким ребёнком.
- Ответ: б.

Устные доклады с презентацией относятся к индивидуальным заданиям, которые рассматриваются как вид самостоятельной работы.

К выполнению докладов с презентацией предъявляются следующие требования:

- индивидуальное задание должно быть выполнено самостоятельно как собственное рассуждение автора на основе информации, полученной из различных источников;
- содержание индивидуального задания должно быть изложено от имени автора;
- в презентации должны быть приведены данные об исследованиях в данной области с указанием авторов исследований, года публикации материалов, на которые даются ссылки;
- цель и задачи должны быть четкими и отображать суть исследуемой проблемы;
- содержимое индивидуального задания должно соответствовать теме задания и отображать состояния проблемы, степень раскрытия сути проблемы в работе должна быть приемлемой;
- при разработке индивидуального задания должны быть использованы несколько различных источников;
- работа должна содержать обобщенные выводы и рекомендации.

Выбор темы: тема обычно выбирается самостоятельно и согласовывается с преподавателем. При работе рекомендуется использовать не менее 4-5 источников.

Процесс работы лучше разбить на следующие этапы:

1. Определить и выделить проблему.
2. На основе первоисточников самостоятельно изучить проблему.
3. Провести обзор выбранной литературы.
4. Логично изложить материал.

Структура презентации:

- 1-й слайд – титульный лист – тема, автор, логотип;
- 2-й слайд – содержание презентации;
- 3-й слайд – цель и задачи презентации;
- 4-й слайд – список литературы по теме
- 5-й и последующие слайды – тест по теме презентации;

Предзавершающий слайд – общий вывод.

Завершающий слайд – список используемых источников

Должны быть соблюдены основные правила цитирования и авторские права!!! (обязательно указание первоисточников материалов: откуда взяты иллюстрации, звуки, тексты, ссылки; кроме интернет-ссылок указываются и печатные издания)

Виды слайдов

Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения информации и разные виды слайдов:

- с текстом
- с иллюстрациями;
- с таблицами;
- с диаграммами;
- с анимацией (если уместно).

Шрифт

Текст должен быть хорошо виден

- Интервал между строк – полуторный.

Стиль шрифта для всей презентации – ЕДИНЫЙ.

Расположение информации на странице

Проще считывать информацию, расположенную горизонтально (не вертикально).

Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Форматировать текст следует по ширине страницы.

Уровень запоминания информации зависит от её расположения на экране.

Содержание информации

При подготовке текста презентации в обязательном порядке необходимо соблюдать правила орфографии, пунктуации, стилистики и общепринятые правила оформления текста (отсутствие точки в заголовках и т.д.); сокращения (ГОСТ).

Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории, для которых демонстрируется презентация.

В презентациях точка в заголовках не ставится

Объем информации

Недопустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации. Ключевые пункты отображаются по одному (максимум 3) на каждом отдельном слайде. Размещать много мелкого текста на слайде недопустимо!

Способы выделения информации

Следует наглядно размещать информацию: применять рамки, границы, заливку, разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки.

Для привлечения особого внимания к фрагментам текста можно использовать рисунки, диаграммы, схемы, таблицы, выделять опорные слова.

Нельзя перегружать слайды, размещать сплошной текст.

Использование списков

Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы разбивать на 2 слайда.

Важно грамотное сочетание цвета в презентации!

На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.

Текст должен быть хорошо виден на любом экране! Поэтому для фона и текста рекомендуется использовать контрастные цвета. Для фона лучше выбирать более холодные темные тона (предпочтительнее) со светлым шрифтом или светлый фон и темные надписи.

Следует учитывать, что презентация отображается по-разному на экране монитора и через проектор (цветовая гамма через проектор искажается, будет выглядеть темнее и менее контрастно)

Размещение изображений и фотографий

В презентации можно размещать только оптимизированные (уменьшенные) изображения. Иллюстрации располагаются на слайдах так, чтобы слева, справа, сверху, снизу от края слайда оставались неширокие свободные поля.

Перед демонстрацией ОБЯЗАТЕЛЬНО проверять, насколько четко просматриваются изображения.

Плохой считается презентация, которая:

- медленно загружается и имеет большой размер,
- фотографии и картинки растянуты и имеют нечеткие изображения,
- картинки отвлекают внимание от содержания.

3. Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устные вопросы для экзаменационных билетов

1. Основные понятия теории коммуникации: информация, информационные потоки, субъекты коммуникации, коммуникативное действие, обратная связь.
2. Коммуникативная компетентность личности и организации
3. Особенности деловой коммуникации и коммуникативные барьеры
4. Особенности и шаги подготовки публичного выступления
5. Этапы деловой презентации
6. Компоненты самопрезентации и имиджа
7. Технология подготовки делового совещания «7П»
8. Особенности коммуникационных процессов в сфере государственного и муниципального управления.
9. Социальные и культурные детерминанты коммуникативных процессов.
10. Коммуникативные технологии: понятие, структура, функции.
11. Понятие и виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, коммуникативная.
12. Понятие коммуникативной технологии.
13. Коммуникация, автокоммуникация и взаимопонимание в культурном диалоге.
14. Межкультурная коммуникация как процесс формирования общего культурного пространства.
15. Структура коммуникативного процесса: коммуникативная ситуация, коммуникативная позиция, коммуникатор и реципиент.
16. Коммуникативные барьеры технологические, логические, семантические, стилистические и способы их преодоления.
17. Диалогическая и монологическая коммуникация и контекст их применения.
18. Техники личностного влияния и противодействия личностному влиянию.
19. Условия эффективности убеждения: значение особенностей коммуникатора, учёт особенностей аудитории в соотношении с коммуникативной задачей.
20. Социокультурная и этническая специфика личности в коммуникативных взаимодействиях.
21. Психологические типы партнеров в профессиональной коммуникации.
22. Сферы применения коммуникативных технологий: брендинг, особенности коммуникации с различными социальными группами, кризисные связи с общественностью.
23. Модели коммуникативной активности: «паблик рилейшнз», агитация, пропаганда.
24. Сетевые коммуникации.
25. Технологии коммуникативного воздействия на целевые аудитории.
26. Значение коммуникативных технологий при проведении переговоров.
27. Модели коммуникативной активности: реклама, паблисити.
28. Модели коммуникативной активности: лоббизм, маркетинг.
29. Сферы применения коммуникативных технологий: формирование имиджа, особенности коммуникации с инвесторами.
30. Структура коммуникативного процесса: канал, цели, нормы и стили коммуникации.
31. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления: фонетические, социокультурные, психологические.
32. 34. Понятие и структура деловой беседы и переговоров: особенности подготовки, начало, постановка проблемы и передача информации.

33. Понятие и структура деловой беседы и переговоров: аргументирование, разбор доводов собеседника, анализ альтернатив, поиск компромиссного варианта.
34. Понятие и структура деловой беседы и переговоров: принятие решения, выход из контакта, анализ результатов.
35. Цели влияния на собеседника в коммуникации и его виды.
36. Технологии «активного поведения».
37. Значение открытых вопросов в переговорах.
38. Критика как коммуникативная технология.
39. Аргументы для защиты своей позиции.
40. Выбор наиболее подходящей стратегии и тактики общения.
41. Ведение собеседника в деловом контакте.
42. Особенности и приемы аргументирования.
43. Способы нейтрализации возражений собеседника.
44. Ценностные и смысловые барьеры в деловых коммуникациях и способы их преодоления.
45. Тактики поведения в переговорном процессе: «видимое сотрудничество», «дезориентация партнера», «провокация чувств жалости у партнера».
46. Тактики поведения в переговорном процессе: «ультимативная тактика», «тактика выжимания уступок», «лабиринтирование».
47. Особенности организации публичных выступлений и подготовки к ним.
48. Формы контроля, управления и взаимодействия с аудиторией.
49. Психологические и непсихологические средства влияния в коммуникациях.
50. Изменения значения коммуникации в информационную (цифровую) эпоху

Задания для диагностической работы

УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

Вопрос 1:

Социально-коммуникативная технология – это

Примерный ответ:

Социально-коммуникативная технология – это опирающаяся на определённый план (программу действий) целенаправленная **системно-организованная деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта.**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 2: Что детерминирует коммуникативные процессы?

Примерный ответ:

Особенности культуры, политические процессы, экономические цели субъектов коммуникации, уровень развития СМИ.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 3: Перечислите виды кризисных коммуникаций (не менее 2-х)?

Примерный ответ: Виды кризисных коммуникаций: преактивная, реактивная

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 4: В концепции Р. Барта «язык» и «речь» это:

Примерный ответ: В концепции Р. Барта «язык» и «речь» это то, что характеризует особенности коммуникаций в конкретную историческую эпоху;

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 5: Что значит позитивное внимание аудитории к выступающему?

Примерный ответ: **Позитивное** внимание аудитории к выступающему – это **готовность слушателей задавать вопросы** по теме выступления и **задавать вопросы о личном опыте выступающего**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 6: Чего не должно быть во время видеопрезентации?

Примерный ответ: **Во время видеопрезентации не должно быть чтения** выступающим **всего написанного текста на слайдах.**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 7: Пресс-конференция президента — это пример диалогической или монологической коммуникации?

Примерный ответ: В зависимости от того, как она ведётся: если пресс-конференция подразумевает **только ответы на задаваемые вопросы, то монологическая**, если вопросы спонтанны и **происходит обмен мнениями, то диалогическая.**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 8: Чем определяются ценности коммуникационного процесса?

Примерный ответ: Ценности коммуникационного процесса определяются **культурой**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 9: Назовите задачи межкультурной коммуникации (не менее 3-х):

Примерный ответ: Задачи межкультурной коммуникации **1) недопущение социальных и иных конфликтов; 2) формирование условий для совместной деятельности; 3) преодоление социальных и иных конфликтов**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 10: Что присуще эмоциональному интеллекту?

Примерный ответ: Эмоциональному интеллекту присуще - **чувство юмора; способность к художественному творчеству; чувство вины**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 11: Что характеризует взаимосвязанность коммуникационных сетей?

Примерный ответ: **Взаимосвязанность коммуникационных сетей характеризует открытость и устойчивость.**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 12: Что относится к способам удержания контакта оратора с аудиторией?

Примерный ответ: К способам удержания контакта оратора с аудиторией относится **собираение подробной информации об аудитории до выступления; вступление в диалог к некоторым представителями аудитории.**

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 13: Особенности коммуникационных процессов в сфере государственного и муниципального управления?

Примерный ответ: Особенности коммуникационных процессов в сфере государственного и муниципального управления **заключаются в том, что обработка**

информации и решения задач зависит от центрального органа или местного органа власти и контролируется им.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 14: Назовите основные причины конфликтов в деловых коммуникациях ?

Примерный ответ: В целом у всех конфликтов в деловом общении есть несколько основных причин. Основными причинами конфликта являются **ограниченность ресурсов**, которые нужно делить, **взаимозависимость заданий**, **различия в целях**, различия в представлениях и ценностях, различия в манере поведения, в уровне образования, а также **плохие коммуникации**.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 15: Назовите коммуникационные модели?

Примерный ответ: Коммуникационные модели — это теоретические **основы**, которые **объясняют процесс коммуникации**. Они помогают понять различные элементы, связанные с передачей сообщения от отправителя к получателю.

Вот некоторые известные коммуникационные модели:

Модель Шеннона-Уивера. Объясняет коммуникацию как линейный процесс, в котором отправитель кодирует сообщение и отправляет его получателю по каналу.

Модель Берло. Учитывает важность получателя в процессе общения, подчёркивая необходимость адаптации сообщения к уровню понимания и опыта получателя.

Транзакционная модель. Подчёркивает динамическую природу коммуникации, предполагая, что коммуникация представляет собой двусторонний процесс, в котором и отправитель, и получатель активно участвуют в создании и интерпретации сообщения.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 16: Что такое этика деловых отношений?

Примерный ответ: Деловая этика — это **правила и нормы делового поведения**, а также обязанности всех заинтересованных сторон при ведении бизнеса по отношению друг к другу.

Эти этические правила и нормы распространяются на все аспекты деятельности организации и затрагивают отношения не только в корпоративной среде, но и за пределами компании.

Наиболее признанные во всём мире нормы деловой этики:

- **соблюдение конфиденциальности;**
- **вежливость;**
- **пунктуальность;**
- **толерантность;**
- **учёт интересов партнёров;**
- **соблюдение иерархии;**
- **профессионализм.**

Ключевым понятием деловой этики является кодекс деловой этики — нормативный акт, в котором отражены этические правила и нормы, обязательные для применения сотрудниками компании.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 17: Что означает понятие «личность»?

Примерный ответ: Личность — это **комплекс социально значимых качеств и навыков**, которые позволяют человеку эффективно взаимодействовать с другими людьми, заниматься творчеством, создавать материальные и духовные ценности. Это своего рода надстройка психики, которая **развивается в процессе социализации** (игры, обучения, труда).

Личностью нельзя стать с рождения. Она имеет отношение к социальной сущности человека, к освоению социальных ролей, общественных норм, правил поведения и т. д.
(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 18: Какие основные компоненты входят в психическую структуру личности?

Примерный ответ: В структуре личности С. Л. Рубинштейн выделял:

- 1) **направленность** (определяемую мотивом человеческой деятельности);
 - 2) **способности** (сложную синтетическую особенность личности, которая определяет пригодность к деятельности);
 - 3) **темперамент** (динамическую характеристику психической деятельности);
 - 4) **эмоции** (чувство человека по отношению к миру);
 - 5) **характер** (единство личности, опосредующее ее поведение).
- (жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 19: Как проявляется темперамент человека в процессе коммуникации?

Примерный ответ: Темперамент человека определяет его индивидуальность и отражает свойства психики. Он формируется на генетическом уровне и влияет на то, как человек реагирует на различные ситуации, с какой скоростью воспринимает информацию и принимает решения.

Существуют четыре базовых типа темперамента:

1. **Холерик** — обладает высокой энергичностью и активностью.
2. **Меланхолик** — характеризуется высокой чувствительностью и эмоциональностью.
3. **Флегматик** — характеризуется спокойствием и уравновешенностью.
4. **Сангвиник** — характеризуется оптимизмом и бодростью.

Тип темперамента сильно влияет на общение. Чтобы оно было успешным и приносило удовлетворение для обеих сторон, необходимо учитывать особенности темперамента собеседника.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 20: Принципы поведения оратора?

Примерный ответ: Следующие принципы поведения оратора перед аудиторией:

1. **Естественность поведения.** Попытки держать каждое движение под контролем приведут к тому, что выступающий будет выглядеть отвлеченным и излишне напряженным, что нанесёт ущерб содержанию речи.
2. **Поза.** Поза, принимаемая во время выступления, во многом определяется личностью оратора и условиями, в которых произносится речь. Поза должна выражать уверенность, поэтому в процессе речи следует избегать хаотичного перемещения по сцене или же застыть перед публикой.
3. **Жесты.** Жестикуляция является важной составляющей языка тела и занимает значимое место в процессе коммуникации. Жесты придают экспрессивную окраску выступлению, визуализируют эмоции оратора, выделяют ключевые моменты речи и направляют внимание аудитории в нужное русло.
4. **Мимика.** Мимика также транслирует слушателям информацию. Не нужно «играть» лицом, естественность — залог успеха.

Помните, что аудитория оценивает не только содержательность и произнесение выступления, но и личность оратора, его поведение и умение установить контакт. Только сочетание этих факторов позволяет завоевать внимание и расположение слушателей.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 21: Что представляет собой акцентуация характера?

Примерный ответ: Акцентуация - это **дисгармоничность развития характера**, которая проявляется в чрезмерной выраженности отдельных его черт или соединений, обуславливающая повышенную уязвимость личности в отношении определенного рода воздействий и затрудняющая ее адаптацию в некоторых специфических ситуациях.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 22: Что представляет собой психотип личности?

Примерный ответ: Психотипы (психологические типы) — это условное обозначение **моделей поведения человека в повседневных ситуациях**.

Часто понятие психотипа связывают с темпераментом и характером. Все три термина действительно несут в себе характеристики личности, но имеют принципиальные различия. Психотип является своеобразной основой личности, её ядром, представляющим собой совокупность индивидуальных особенностей, которые в значительной степени сформированы в детском возрасте.

Люди с разными психотипами отличаются друг от друга довольно резко: они по-разному относятся к себе, к окружающим, у каждого своя манера речи. Каждый по-разному работает, творит, врёт и фантазирует, совершает разные поступки, болеет разными болезнями.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 23: Информационные технологии и деловые коммуникации

Примерный ответ: Деловые коммуникации — это одна из **форм общения** в области государственного управления, в юридической деятельности, в образовательной сфере и в любом бизнесе.

Эта форма общения позволяет **собирать информацию, проводить её анализ, систематизировать и классифицировать полученные сведения** во внутренней и внешней деловой среде предприятия.

Благодаря деловой коммуникации строится эффективное взаимодействие организации с партнёрами по бизнесу, клиентами, конкурентами, поставщиками и т.д.

Использование современных информационных технологий для оптимизации внутренних и внешних коммуникаций предприятия сделает работу организации более эффективной, а взаимодействие с внутренней и внешней деловой средой — более быстрым и рациональным.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 24: Дайте характеристику и формам проявления имиджа

Примерный ответ: Имидж — это **искусственный образ**, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и информационного воздействия.

Основные виды имиджа:

1. Персональный — имидж делового человека или отдельной личности.
2. Корпоративный — имидж компании, формируемый в глазах клиентов, партнеров и конкурентов.
3. Бренд-имидж — образ товара или услуги, создаваемый для привлечения и удержания внимания потребителей.
4. Социальный имидж — представление общества о какой-либо социальной группе (субкультуре) или организации.

Имидж позволяет человеку, группе или компании решить следующие задачи:

- идентифицировать себя;
- продвигать товары и услуги;
- сформировать нужные об объекте стереотипы в обществе;

- укрепить доверие знакомых, коллектива, потенциальных клиентов или партнеров.
(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

Вопрос 25: Понятие коммуникативной компетентности менеджера?

Примерный ответ: Коммуникативная компетентность менеджера представляет **систему качеств и умений руководителя**, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном круге ситуаций межличностного общения. Коммуникативная компетентность представляет собой **совокупность коммуникативных способностей**, умений и знаний, адекватных коммуникативным задачам и достаточным для их решения.

(жирным шрифтом указаны обязательные элементы ответа)

4. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Зачет. Критерии выставления оценок

Допуск к зачету осуществляется на основании посещаемости студентом аудиторных занятий и успешном освоении материалов лекций и семинаров.

Знания обучающихся оцениваются по двухбалльной системе с выставлением обучающимся итоговой оценки «зачтено», либо «незачтено».

Оценка «зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

1. полного и правильного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов;
2. самостоятельной подготовки обучающегося к ответу в установленные для этого сроки, исключающей использование нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
3. владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
4. логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь;
5. приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам;
6. лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «зачтено» может быть выставлена также при соблюдении вышеперечисленных требований в основном, без существенных ошибок и пробелов при изложении обучающимся учебного материала, приведении ссылок на нормативно-правовые акты, а также на их отдельные принципиально значимые положения.

Оценка «незачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

1. отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
2. невозможности изложения обучающимся учебного материала по одному или всем вопросам;
3. допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по одному или всем вопросам;
4. невладения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
5. невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков может служить основанием для выставления обучающемуся оценки «незачтено».

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях:

1. необходимости конкретизации информации по вопросам с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
2. необходимости проверки знаний отвечающего по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

Задания и вопросы для самостоятельной работы студентов. Критерии оценивания

Самостоятельная работа студентов является неотъемлемой частью процесса обучения. Самостоятельная работа является специфическим педагогическим средством организации и управления самостоятельной деятельностью студентов в учебном процессе. Самостоятельная работа может быть представлена как средство организации самообразования и воспитания самостоятельности как личностного качества. Как явление самовоспитания и самообразования самостоятельная работа студентов обеспечивается комплексом профессиональных умений студентов, в частности умением осуществлять планирование деятельности, искать ответ на непонятное, неясное, рационально организовывать свое рабочее место и время. Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Оценка «зачтено» ставится в том случае, если:

1. задания выполнены полностью, в соответствии с поставленными требованиями;
2. при ответе студент демонстрирует знание программного материала;
3. ответ студента аргументирован;
4. если в заданиях и (или) ответах имеются ошибки, то они незначительны.

Оценка «не зачтено» ставится в том случае, если:

1. студент не выполнил задания, или результат выполнения задания не соответствует поставленным требованиям;
2. студент демонстрирует незнание программного материала;
3. студент не может аргументировать свой ответ;
4. если в заданиях и (или) ответах имеются существенные ошибки.