Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.10.2026 13:32:54
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»

Протокол от 30.08.2023 № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств)
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Деловое общение и бизнес - коммуникации»
наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе **бакалавриата**
бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

«Организация и технологии защиты информации (по отрасли или в сфере профессиональной деятельности)»
наименование образовательной программы

10.03.01 «Информационная безопасность»
шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Калинина Д.С старший преподаватель, Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»
ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2023

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3..1. Демонстрирует знание основ социального взаимодействия, командной работы и методов управления конфликтами ИУК-3.2. Осуществляет эффективное взаимодействие с другими членами команды, в том числе в цифровой среде, преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты
УК-4.	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в соответствии с поставленными задачами ИУК-4.2. Выбирает наилучшую стратегию и тактику (форму подачи, каналы коммуникации) общения с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях ИУК-4.3 Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей

В результате изучения дисциплины обучающийся должен::

Знать

- теоретические основы коммуникационного процесса в организации
- вербальные и невербальные средства взаимодействия-
- принципы и логику организации делового общения и бизнес-коммуникации

Уметь

- осуществлять социальное взаимодействие в процессе профессионального общения
- осуществлять деловое общение с учетом контекста коммуникаций на всех организационных уровнях

Владеть:

- методами эффективного воздействия на собеседника
- приемами организации взаимодействия при работе в команде
- методами отбора форм, средств и приемов коммуникации, адекватных планируемым результатам делового общения

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1.	Тема 1. Общение и коммуникация.	УК 3 УК 4
2	Тема 2. Общение как взаимодействие.	УК 3 УК 4
3	Тема 3. Общение как восприятие и понимание.	УК 3 УК 4
4.	Тема 4. Деловое общение: общая характеристика и виды.	УК 3 УК 4
5.	Тема 5. Основные формы делового общения.	УК 3 УК 4
6.	Тема 6. Маркетинговые коммуникации, реклама и связи с общественностью.	УК 3 УК 4
7.	Тема 7. Имидж делового человека.	УК 3 УК 4

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.
Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: - зачет

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2.. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий,тестирования, опросов).

В ходе проведения промежуточной аттестации осуществляется контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Примерный перечень вопросов к зачету

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

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

1. Коммуникации и общение: общее и особенное.
2. Цели, функции, стороны общения.
3. Механизмы общения.
4. Средства общения.
5. Стили общения.
6. Барьеры общения.
7. Стратегии и тактики межличностного взаимодействия.
8. Позиции и ориентации в деловом взаимодействии.
9. Эффекты межличностного восприятия и взаимопонимания.
10. Механизмы взаимопонимания в общении.
11. Трудности и дефекты межличностного общения.
12. Сенсорные каналы, их диагностика и использование в общении.
13. Сущность,цели, принципы и функции делового общения.
14. Основные виды делового общения.
15. Этика делового общения.
16. Беседа как форма делового общения.
17. Деловая беседа по телефонукак форма общения.
18. Совещание как форма деловой коммуникации.
19. Переговоры как форма делового общения.
20. Публичное выступление как форма делового общения.
21. Деловое письмо как форма коммуникации.
22. Электронные формы коммуникации, специфика их использования.
23. Система маркетинговых коммуникаций.
24. Реклама как канал бизнес-коммуникации.
25. Специфика рекламной коммуникации.
26. Место и роль связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций.
27. Коммуникативные функции связей с общественностью.
28. Формирование имиджа делового человека.
29. Внешний вид делового человека.
30. Имиджевые атрибуты делового общения.

Примерный перечень заданий для тестирования

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

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

1. Какие три основные группы мотивов, связаны с потребностью в общении?

- познавательные мотивы, деловые мотивы, личностные мотивы
- корыстные мотивы, деловые мотивы, собственные мотивы
- когнитивные мотивы, рабочие мотивы, индивидуальные мотивы

2. Целью такого общения является воздействие на партнера по общению, при этом достижение своих намерений осуществляется скрыто. Партнер воспринимается как носитель определенных, «нужных» нам свойств и качеств. О каком общении идет речь?

- манипулятивном
- императивном
- диалогическом

3. Какой эффект связан с формированием специфической установки на воспринимаемого человека через приписывание ему определенных качеств?

- эффект ореола
- эффект первичности и новизны
- эффект привлекательности

4. Какие два основных источника информации при оценке человека используются при установлении параметра превосходства?

- одежда человека, все внешнее «оформление», включая знаки отличия, очки, прическу, награды, драгоценности и т.п.
- социальный статус
- манера поведения человека (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т. п.)
- ближайшее окружение (друзья, благополучие семьи)

5. Какие знаковые системы используются при невербальной коммуникации?

- макрокинетическая, пара- и экстралингвистическая, тактильная, пространственно-временные
- оптико-кинетическая, пара- и экстралингвистическая, тактильная, пространственно-временные, контакт глаз
- оптико-кинетическая, пара- и экстралингвистическая, осязательный, пространственно-временные, контакт глаз
- оптико-кинетическая, пара- и экстралингвистическая, тактильная, пространственно-преходящий, контакт глаз

6. Социальная зона имеет дистанцию

- 0-45 см
- 45-120 см
- 120-400 см
- 400-750 см

7. Фонетический барьер

- возникает при несогласии коммуникаторов с приводимыми каждым из них доводами
- обусловлен различными знаковыми средствами передачи информации
- возникает когда люди по каким-то причинам не понимают смысла сказанного

8. Что НЕ является трудностью к эффективному общению?

- эмпатия
- антипатия к чужим мыслям
- потребность вставить реплику
- отключение внимания

9. Кратко сформулированное основное положение доклада, лекции, сообщения и т.д.

- фраза
- мысль
- тезис
- суждение

10. Прием, использующийся в тех случаях, когда необходимо обратить особое внимание слушателей на самые важные моменты в сообщении, называется

- «четкость»
- «повышение голоса»
- «акцентировка»

11. Укажите наиболее оптимальную длительность совещания

- 1,5 часа
- 2 часа
- 30 минут

12. Целью деловых переговоров может быть

- решение ситуационных вопросов
- доведения до подчиненных распоряжений вышестоящих органов для их оперативного исполнения
- продление действующего договора

13. Разработка и комплексное использование PR-средств, согласно единой концепции воздействия на мнение и отношение общественности – это

- реклама
- PR-акция
- стратегия фирмы
- PR-кампания

14. Главная задача СМИ состоит в том, что

- с помощью СМИ осуществляется быстрая передача и тиражирование информации, обеспечивается массовый охват аудитории
- управлять людьми с помощью информации, контролируя ее и тщательно отсеивая
- формировать целевую аудиторию потребителей

15.Маркетинговые коммуникации – это комплекс внешних и внутренних коммуникаций по передаче информации

- в речевой форме, которая характеризуется тембром голоса, интонацией, громкостью и в целом культурой речи
- жестикуляцией, пластикой движения рук, мимикой лица
- по передаче информации изготовителя готовой продукции потребителю в целях удовлетворения запросов общества и получения прибыли
- для координации планово-управленческих решений, успешного их выполнения, корректировки и профилактики конфликтов

16.Профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов

- PR-брендинг

- спичрайтинг
- копирайтинг

17.Информация, призванная не поднимать, а уменьшать интерес, либо дискредитировать товары, предприятия, товарные знаки

- антиреклама
- реклама
- контрреклама

18. В деловом имидже уместно использование стилей

- консервативного и классического
- спортивно-непринужденного
- экстравагантного

19.Основные личностные качества делового человека

- ответственность и организованность
- воспитанность и интеллигентность
- цинизм и отсутствие пунктуальности

20. Для деловой коммуникации характерно

- рефлексивное восприятие
- выборочное использование средств общения
- деловое взаимодействие как основная задача
- проявление напряженного эмоционального фона общения