

## **ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ**

### **«Деловые коммуникации. Психологические аспекты»**

Форма итоговой аттестации – в форме итогового тестирования.

#### **Тематика итоговых тестов**

##### **1. Коммуникации - это:**

- 1) процесс обмена информацией, включающий субъектов коммуникации (отправителя и получателя), способ коммуникации и объект коммуникации (передаваемую информацию);
- 2) это общение между сторонами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения;
- 3) процедура мысленного, а часто также и реального расчленения предмета (явления, процесса), свойств предмета (предметов) или отношения между предметами на части.

##### **2. Основными компонентами коммуникационного процесса по Лассуэлу являются:**

- 1) оратор, аудитория, средства передачи информации;
- 2) коммуникатор, сообщение, обратная связь;
- 3) источник сообщения, кодирующее и декодирующее устройство информации, получатель.

##### **3. К средствам коммуникации относятся:**

- 1) технические средства связи;
- 2) речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство;
- 3) вербальные, невербальные, технические средства.

##### **4. Наиболее эффективная коммуникация - это коммуникация с помощью:**

- 1) технических средств;
- 2) непосредственное общение лицом к лицу;
- 3) сообщение с использованием невербальных средств коммуникации.

##### **5. Коммуникационная компетентность - это:**

- 1) умение налаживать контакты;
- 2) умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации;
- 3) умение использовать вербальные и невербальные средства общения.

##### **6. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач:**

- 1) логические барьеры;
- 2) влияние окружающей среды;
- 3) стилистические барьеры;
- 4) неправильное оформление сообщения;
- 5) межкультурные различия;
- 6) несоответствие смысла и содержания информации;
- 7) фонетические барьеры;
- 8) неконгруэнтность (несоответствие) вербальных и невербальных сигналов;
- 9) семантические барьеры.

##### **7. Выделите факторы, которые влияют на содержание диалога:**

- 1) интересы собеседников;
- 2) этнографические различия;
- 3) статусно-ролевые отношения;
- 4) пространственная организация среды.

##### **8. Барьерами коммуникации могут являться:**

- 1) отсутствие коммуникации;
- 2) амбициозность технического персонала;
- 3) неприятие имиджа коммуниканта;
- 4) наличие трибуны для выступления.

**9. Коммуникационной проблемой организации является:**

- 1) нарушение возможности получать и распространять информацию;
- 2) создание сетевого коммуникационного пространства;
- 3) развитие нисходящих коммуникаций.

**10. В процессе межличностных коммуникаций информационная нагрузка слов составляет:**

- 1) 97,5 %;
- 2) 7-10 %;
- 3) 50 %;
- 4) 0 %.

**11. Внутрифирменная коммуникационная политика должна быть направлена на:**

- 1) удовлетворение амбиций руководителя организации;
- 2) поддержку равновесия формальной и неформальной структур внутри организации;
- 3) удовлетворение всех коммуникационных желаний клиента;
- 4) полезное обеспечение контактов с внешней средой.

**12. Скрытое управление поведением партнера**

- 1) манипулирование;
- 2) принуждение;
- 3) заражение;
- 4) просьба.

**13. Управление коммуникациями – это:**

- 1) профессиональная деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации внутри организации, между организацией и ее внешней средой путем реализации коммуникационной политики;
- 2) одна из функций управления людьми, которая распространяется на долгосрочные цели и действия компании в любой сфере;
- 3) процесс, направленный на управление движением ресурсов и отношений, возникающих между хозяйствующими субъектами в процессе движения различных ресурсов;
- 4) система управления качеством производимой продукции в какой-либо организации.

**14. Что не является задачей управления коммуникациями:**

- 1) формирование корпоративной общности и мотивации сотрудников;
- 2) развитие корпоративных финансовых механизмов, социально-экономических взаимосвязей;
- 3) обеспечение информационной поддержки управленческих решений;
- 4) выявление коммуникационных и управленческих проблем компании.

**15. Стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека в психологии называется ...**

- 1) эмпатия;
- 2) аттракция;
- 3) рефлексия;
- 4) идентификация.

**16. В управлении коммуникациями слухи – это:**

- 1) совокупность сведений, которые возникают из неизвестных источников и распространяются по неформальным каналам;
- 2) информация, которая распространяется без предоставления общепринятых свидетельств достоверности;
- 3) это сведения, знания, сообщения о положении дел, которые человек воспринимает из окружающего мира с помощью органов чувств;
- 4) совокупность сведений, которые получают из официальных источников информации.

**17. Одним из методов альтернативного урегулирования споров и одновременно средством обмена информацией являются:**

- 1) переговоры;

- 2) конференции;
- 3) лекции;
- 4) презентации.

**18. Коммуникативный процесс в менеджменте - это:**

- 1) передача информации так, чтобы фактический уровень ее был равен планируемому;
- 2) изменение в поведении «получателя», которое происходит в результате принятия сообщения;
- 3) обмен информацией между элементами организационной системы по каналам прямой и обратной связи.

**19. Информация по времени поступления может быть:**

- 1) Внешняя;
- 2) Экономическая;
- 3) Первичная;
- 4) Постоянная.

**20. «Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:**

- 1) Деловых интересов партнеров
- 2) Личностных, неделовых интересов партнеров
- 3) Профессиональных интересов партнеров

**21. Адресат манипуляции в деловом общении — это:**

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

**22. Атрибуцией называется:**

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

**23. В ценностно-ориентированных манипулятивных технологиях делового общения мишенью психологического воздействия являются:**

- 1) Духовные идеалы партнера-адресата
- 2) Когнитивные структуры партнера-адресата
- 3) Потребности и склонности партнера-адресата
- 4) Ценностные установки партнера-адресата

**24. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:**

- 1) Жестов
- 2) Информационных технологий
- 3) Определенного темпа речи
- 4) Похлопываний по плечу
- 5) Устной речи

**25. Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:**

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

**26. Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:**

- 1) Аудиальными образами
- 2) Зрительными образами
- 3) Тактильными образами

**Критерии оценки результатов освоения программы**

Оценка ответа выставляется по оценочной шкале: «зачтено», «незачтено».

Для оценки результатов итоговой аттестации слушателей применяется следующая шкала оценки:

0-79 % верных ответов соответствует оценки «незачтено»

80-100 % верных ответов соответствует оценки «зачтено».

**По результатам проведения обязательной итоговой аттестации выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.**

Декан факультета дополнительного  
образования

В.М.Корнев